

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
FAKULTA TEXTILNÍ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**LIBEREC 2009**

**BLANKA KROUŽELOVÁ**

# TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

## FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil  
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

### TVORBA E-LEARNINGOVÉ APLIKACE PRO TEXTILNÍ FIRMU – TIME MANAGEMENT A PORADY

### CREATION OF E-LEARNING APPLICATION FOR TEXTILE COMPANY – TIME MANAGEMENT AND MEETINGS

Blanka Krouželová

KHT - 631

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Ludmila Fridrichová, Ph.D

**Rozsah práce:**

Počet stran textu ...55

Počet obrázků .....10

Počet tabulek .....4

Počet grafů.....13

Počet stran příloh..18

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**

**Fakulta textilní**

**Katedra hodnocení textilií**

**Akademický rok: 2006/2007**

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)**

Jméno a příjmení: **Blanka KROUŽELOVÁ**

Studijní program: **B3107 Textil**

Studijní obor: **Textilní marketing**

Název tématu: **Tvorba e-learningové aplikace pro textilní firmu - time management a porady**

### **Z á s a d y   p r o   v y p r a c o v á n í :**

- Připravte metodiku pro time management pracovníků textilní firmy
- Vytvořte případové studie pro přípravu a řízení porad ve firmě
- Vytvořte multimediální aplikaci
- Prostřednictvím marketingového průzkumu zhodnoťte zájem o produkt a jeho kvalitu

Technická univerzita v Liberci  
Fakulta textilní  
Katedra hodnocení textilií

V Liberci 15.12.2008

**Žádost o změnu termínu odevzdání bakalářské práce**

Žádám o změnu termínu odevzdání bakalářské práce na školní rok 2009.  
Důvod odkladu: rodinné důvody.

Děkuji za vyřízení



Blanka Krouželová

Vyjádření vedoucího práce:

*Doporučuji*  
15.12.2008



Vyjádření vedoucího katedry:

*Schváleno*  
15.12.2008



## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 05.01.2009

.....

Podpis

# PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych ráda poděkovala paní Ing. Ludmile Fridrichové, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce a za pomoc při jejím zpracování.

Dále bych ráda poděkovala všem, kteří mně svými radami, připomínkami a duševní podporou pomohli k úspěšnému dokončení této práce.

V neposlední řadě musím poděkovat své rodině, která mi vytvořila nezbytné podmínky ke studiu a psaní této práce.

## **ANOTACE**

Cílem této práce je vytvořit metodiku pro time management, přípravu a řízení porad textilní firmy. Dále vytvořit multimediální aplikaci v programu ToolBook, popsat a vysvětlit, co je to e-learningové vzdělávání a jaké výhody plynou z jeho používání v praxi, jak pracovníkům textilních firem, tak popř. i studentům.

### **KLÍČOVÁ SLOVA:**

E-learning, time management, time management IV. generace, proaktivita, myšlenkové mapy, ToolBook, porada, marketingový průzkum.

## **ANNOTATION**

The main summary of this document is the creation of the methodology for time management, preparation and management of meetings within the textile company. Hereafter to create multimedia application in the program ToolBook, describe and explain what e-learning is and what advantages the program gives in the practice to the operation staff of the textile companies or for example students.

### **KEY WORDS:**

E-learning, time management, time management IV. generation, mind maps, ToolBook, meeting, market research.

Obsah:

<b>1</b>	<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>METODIKA TIME MANAGEMENTU PRACOVNÍKŮ TEXTILNÍ FIRMY .....</b>	<b>11</b>
2.1	PRAVIDLA TIME MANAGEMENTU .....	11
2.3	MYŠLENKOVÉ MAPY .....	22
2.4	SITUACE V TEXTILNÍM PRŮMYSLU Z POHLEDU TIME MANAGEMENTU .....	24
<b>3</b>	<b>PŘÍPRAVA A ŘÍZENÍ PORAD V TEXTILNÍ FIRMĚ .....</b>	<b>26</b>
3.1	TYPY PORAD .....	26
3.2	KONSTRUKCE PORAD .....	27
3.3	NEGATIVNÍ JEVY NA PORADÁCH .....	29
3.4	FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ PRŮBĚH PORAD.....	30
3.5	NÁSTROJE A METODY VYUŽÍVANÉ PŘI PORADÁCH .....	30
<b>4</b>	<b>MULTIMEDIÁLNÍ APLIKACE .....</b>	<b>34</b>
4.1	E-LEARNING.....	35
4.2	VÝHODY A NEVÝHODY VZDĚLÁVÁNÍ PROSTŘEDNICTVÍM PC .....	38
4.3	TOOLBOOK .....	40
<b>5</b>	<b>MARKETINGOVÝ PRŮZKUM.....</b>	<b>44</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>51</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>52</b>
<b>8</b>	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>53</b>
<b>9</b>	<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>54</b>
<b>10</b>	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>55</b>
<b>11</b>	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>55</b>



## Seznam použitých zkratk

obr.	obrázek
tab.	tabulka
např.	například
tj.	to je
atd.	a tak dále
popř.	popřípadě
tzn.	to znamená
zn.	znamená
mj.	mimo jiné
tzv.	tak zvaně
č.	číslo
PC	počítač

## 1 ÚVOD

Tato bakalářská práce se soustředí na obecnou e-learningovou aplikaci pro textilní firmy. Má sloužit jako výukový program pro mnoho textilních společností, ale také i pro studenty Textilní fakulty na Technické univerzitě v Liberci. Tato aplikace umožňuje individuální vzdělávání pomocí počítače jak zaměstnancům velkých i malých firem, tak i studentům. Firmy potřebují mít vzdělané stávající i budoucí zaměstnance. Množství nových věcí se zvyšuje velkou rychlostí a na jedince jsou kladeny nové požadavky a učení je proto nyní více než jindy klíčem k úspěchu.

Nejdříve se zaměřím na time management (nebo-li řízení času), který dnes ovlivňuje úplně každého. Zaměřím se především na to, jak zvládnout efektivně plánování svého času. Každý z nás se denně potýká s time managementem, aniž by si to zcela uvědomoval. Je zarážející, jak málo lidí je schopno s časem efektivně hospodařit. Každý z nás se dnes a denně potýká s časovou tísní, a právě proto je v této práci popsáno, co je třeba udělat, co je třeba změnit, jak se rychle zbavit nahromaděné práce, jak se vyhnout zbytečné práci, jak zvládnout stovky nahromaděných úkolů nejproduktivnějším způsobem.

V druhé kapitole popíši správnou přípravu a řízení porad v textilních firmách, abychom věděli jaký typ porady zvolit či jakou poradu vlastně naplánovat. Vhodnou volbou porady docílíme úspory a efektivního využití času všech zaměstnanců ve prospěch úspěšného fungování firmy.

Třetí bod se týká multimediální aplikace v e-learningovém programu ToolBook. ToolBook je tzv. instruktor, který jednoduše vytváří e-learningové kurzy obsahující simulace, testování, multimedia a interakce. S ToolBookem pravidelně pracuje již více než 13.000 nadnárodních společností.

E-learning znamená efektivní využívání informačních technologií v procesu vzdělávání. Umožňuje individuální vzdělávání, proto lze uniknout masovému vzdělávání, stereotypu školních tříd a nutnosti časové synchronizace účastníků výuky. Opět šetří náš čas a umožňuje individuální vzdělávání skoro kdykoliv a kdekoliv.

V závěru je zhodnocení zájmu o e-learningový produkt v programu ToolBook prostřednictvím marketingového průzkumu.

## 2 METODIKA TIME MANAGEMENTU PRACOVNÍKŮ TEXTILNÍ FIRMY

- *čas nemůžeme zastavit*
- *čas nemůžeme koupit*
- *čas nemůžeme uspořít*
- *čas nemůžeme pronajmout*
- *času nemůžeme získat víc*
- *času je málo*
- *čas je jedinečný limitující zdroj*

***Pokusme se čas co nejlépe využít!***

### 2.1 Pravidla time managementu

At' už jsou kvality nebo vlastnosti úspěšného manažera nebo kvality podřízených zaměstnanců jakékoliv, jedním z nejdůležitějších a nejzákladnějších kritérií je efektivní nakládání s časem – time management.

Manažeři, kteří si stěžují na nedostatek času, si zpravidla neumějí zorganizovat čas a jedná se spíše o jejich neschopnost organizovat sami sebe nebo svou práci a nejdůležitějšími zaměstnanci, které řídí, jsou právě oni sami.

Pro některé manažery je dostačující vypadat stále vytíženě, mít stále neuklizený stůl, dělat věci chaoticky, aby předvedli, jak hodně mají práce a jak jsou nepostradatelní. Ale opak je výjimkou. Takoví manažeři jsou příliš zanedbáni děláním, než aby efektivně přemýšleli o tom, co by jejich zaměstnanci měli dělat a hlavně jak by to měli dělat. Tento typ chování pozici manažera z dlouhodobějšího hlediska ještě zhorší, než aby mu ji zlepšil. Toto chování pramení z neschopnosti a nebo i z nejistoty než z obratného politického chování.

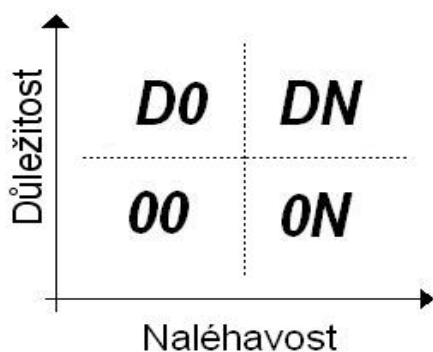
Z tohoto plyne, že efektivita manažerské práce musí být hodnocena v závislosti na dosažených cílech a splněných úkolech dle předem stanoveného plánu než pouze prezentací obrovského objemu vykonané práce bez absence výsledku a zcela nesplněného plánu společnosti. Management času je tedy o schopnosti a efektivitě toho, co děláme a jak to děláme. Schopnost stanovit si správné cíle, priority a dosáhnout jich je pravděpodobně tou nejdůležitější, ale bohužel i tou nejsložitější dovedností, kterou si pro úspěšný a spokojený život přejeme.

Ráda bych zde uvedla několik klíčových pravidel time managementu, jak efektivně hospodařit s časem.

- Důsledná specifikace plánu

Nemáme-li stanovený plán, nevíme dle čeho efektivně řídit náš pracovní čas. Absence plánu způsobuje děláním nepotřebných věcí a úkoly, které jsou důležité zůstávají nesplněny. Řešíme problémy tak, jak přijdou nebo tak, jak si na ně vzpomeneme a pokud se vyskytne něco důležitějšího, nemáme na to čas, protože už pracujeme na méně důležitém případě.

- Dělat věci dle priorit: důležité, naléhavé



*DN - důležité a naléhavé (časový stres)*

*D0 – důležité a nenaléhavé (ideální prostor)*

*0N - nedůležité a naléhavé (běžná agenda)*

*00 - nedůležité a nenaléhavé (odpadkový koš)*

*Obr.č.1 Eisenhowerův diagram*

Dělám věci dle priorit, nebo řeším každý problém tak, jak přijde nebo jak si na něj vzpomenu a nepřestávám na něj myslet, i když se vyskytne něco důležitějšího? Musíme si být jisti, že se zabýváme jednotlivými úkoly ve správném pořadí, že nejdůležitějším úkolům věnujete čas, jaký si zasluhují, a že si nic naléhavého nenecháte až na konec.

Dle time managementu bychom se měli co nejvíce pohybovat v kvadrantu (DO) důležité a také tam trávit nejvíce času. Dále neřešit nejnaléhavější, ale nejdůležitější úkoly jako první a při příchodu naléhavých úkolů: odmítat, modifikovat, delegovat, navrhovat jiné varianty, neřešit problémy až když nastanou a umět se vyvarovat takovýchto situací. 1000 dokončených nejnaléhavějších věcí je špatná cesta tehdy, když není dokončena jen jedna nejdůležitější. [1]

**Příklad:** *Oděvní firma*

<i>ÚKOL</i>	<i>CÍL</i>	<i>DŮLEŽITOST, NALÉHAVOST</i>
<i>Materiál pro plynulý chod výroby dochází, hrozí zastavení výroby, chybný proces zásobování.</i>	<i>Zajištění promptní dodávky nového materiálu.</i>	<i>kategorie DN</i>
<i>Reklamace barevného odstínu právě dodaného materiálu, hrozí nepokrytí výroby v příštím týdnu.</i>	<i>Vyřízení reklamace, zajištění náhrady od dodavatele v co možná nejkratším možném termínu.</i>	<i>kategorie DO</i>

*Tabulka č.1*

*Musíme se také zamyslet nad tím, proč najednou došel materiál určený k okamžité výrobě. Problém není v prázdném skladu (chybějícím materiálu), ale v procesu zásobování. Je nutné vylepšit proces zásobování, aby již nikdy nestal tento problém.*

- Nepracujte tvrději, pracujte chytřeji

*Být bohatý – dostávat maximální výsledky za vynaložení minimálního úsilí.*

*Být chudý – dostávat minimální výsledky za vynaložení maximálního úsilí.*

Když chceme být co nejefektivnější, musíme minimalizovat činnosti, které nejsou ziskové, tzn. činnosti, které nám napomáhají dosáhnout našeho cíle. Touto zásadou se řídí i Paretův princip, známý jako pravidlo 80/20. Tento princip platí v mnoha oblastech pracovního života, např. textilní firma:

- 20% šiček vykoná 80% práce, zbývajících 80% šiček vykoná jen 20% práce,
- 20% výrobních chyb způsobuje 80% zmetků, zbývajících 80% výrobních chyb udělá jen 20% zmetků,
- 20% zákazníků nebo výrobků znamená 80% zisk, zbývajících 80% zákazníků nebo výrobků znamená 20% zisk,
- 20% vašich priorit má za následek 80% vaší ziskové produktivity, zbývajících 80% vašich priorit má za následek 20% vaší ziskové produktivity.

Není pochyb o tom, že Paretovo pravidlo jde ruku v ruce s efektivitou. Jednou z nejdůležitějších aplikací pro manažerskou praxi z Paretova pravidla je tato:

**„Již pouhých 20% vynaloženého úsilí vyprodukuje 80% výsledku, ale naproti tomu již zbylých 80% vynaloženého úsilí vyprodukuje 20% výsledku.“**

Možné množství času uvolněného tímto způsobem je obrovské. Pokud slevíte na všem perfektním, uvolníte tím 80% svého času. Tato technika dává přednost akceptování velmi dobrého výsledku před usilovnou snahou o dokonalost. Znamená to tedy, že věnujeme pozornost věcem nejdůležitějším a poté vykonáváme věci méně důležité.

**„Výsledky jsou způsobeny děláním správné věci, nikoliv děláním věcí správně.“**

*(Peter Drucker)[4]*

- Správně formulovat a třídit úkoly

Při zadávání úkolů se musíme řídit několika náležitostmi, abychom dobře a efektivně úkol splnili. Nejdříve si stanovíme úkol, který by měl být SMART. [2]

**S** – specifický (jasně formulovaný a srozumitelný)

**M** – měřitelný (zvýšit prodej o 10%)

**A** – akceptovatelný (člověk s provedením musí souhlasit)

**R** – reálný (úkol se musí dát provést)

**T** – terminovaný (stanovení data splnění atd.).

Úkoly je třeba projít a rozdělit je do čtyř kategorií. Důvod je ten, že si potřebujeme ujasnit, kterými úkoly se zabývat nyní a najít alternativní metodu, jak si poradit s ostatními. Je to užitečně strávený čas, i když ho máme málo. S každým úkolem můžeme provést jen jednu z následujících věcí:

- zrušit ho
- předat někomu jinému (delegovat)
- odložit ho
- vykonat ho [3]

- Co mohou dělat jiní, ať dělají jiní – schopnost delegování

Manažer pracuje pro lidi, ale nedělá práci za ně. Manažer nepracuje pro své podřízené, ale podřízení pracují pro managera. Čím více se budeme starat o práci a problémy druhých, tím více na nás budou závislí a tím méně času zbývá na povinnosti z manažerské funkce plynoucí.

Když neřídíme, budeme řízeni. Předávání úkolu někomu jinému, nebo-li delegování je záležitostí obratnosti. Tempo moderního obchodního světa je tak rychlé, že nebudeme-li delegovat vše, co je možné, brzy se pod břemenem pracovních úkolů zhroutíme. Takže

záležitost delegování znamená přenést na někoho zodpovědnost za splnění úkolů. Dejte členu vašeho týmu cíl, časovou lhůtu, cenové limity a požadavky na kvalitu a nechte na něm, jak to provede. Nepovede-li se něco, bude zodpovědnost samozřejmě na vás, polovina umění však spočívá v tom, že delegování provedete tak dobře, že k žádným problémům nedojde. Je-li úkolem nějaký rozsáhlejší projekt, můžete ho svěřit i více osobám. Obvykle bývá nejlepším přístupem určit vedoucího úkolu a současně všechny informovat o tom, co je třeba dělat.

Vybírejte úkoly k delegování ihned, jak se vám dostanou na stůl nebo jak vznikne potřeba něco vykonat. Tím si zajistíte, že budete mít všechno včas a navíc bude mít na přidělenou práci dostatek času i osoba, které práci přidělíte.

- Nedovolte jiným mrhat vaším časem

Zdá se, že jiní lidé mají zálibu okrádat vás o čas, aniž by jste k tomu dali souhlas. Zde jsou nejlepší metody, jak si zajistit nad svým časem kontrolu:

- Setkávejte se s lidmi na jejich domácí půdě, protože je snadnější odejít, než se jich zbavit.
- Otevřené dveře své kanceláře nechávejte jen tehdy, pokud máte na lidi čas. Zavřete-li je, budou vědět, že to myslíte vážně.
- Nenechávejte se zdržovat v práci po telefonu. Než někomu k tomu dáte příležitost, přerušte ho a požádejte o pozdější hovor nebo o zaslání zprávy.
- Při neformální konverzaci ve své kanceláři vždy stůjte, jakmile se posadíte, nepovede se vám konverzaci rychle ukončit.

- Naše interní hodiny

Mnoho pracujících, zejména vedoucích pracovníků, se snaží udržet svůj organismus ve stejné výkonnosti po celou pracovní dobu, aby stihli co nejvíce práce. To ale bohužel

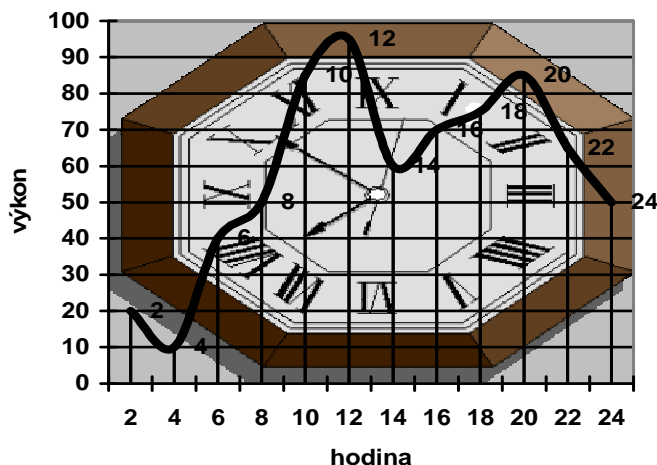


není možné, protože naše tělo pracuje v jednotlivých výkonnostních cyklech a to je nutné si uvědomit a přizpůsobit tempo a způsob práce v průběhu dne.

V dopoledních hodinách nastává výkonnostní vrchol, při němž všechny orgány v těle pracují velmi aktivně a sousledně. U všech lidí, ať už mají jeden nebo více výkonnostních vrcholů během dne, je tento první vrchol dosažený v dopoledních hodinách nejvyšší. Takovéto úrovně soustředění a připravenosti na práci už organismus podruhé v jednom dni nedosáhne. Z toho jasně plyne, že v tuto dobu, kterou by všichni měli znát, musíme začít pracovat na nejdůležitějších úkolech.

Výkonnostní minimum se zpravidla dostavuje po poledni, po příjmu hlavní denní stravy. V tuto dobu aktivně pracují orgány podílející se na trávení a organismus se dostává do odpočinkové fáze, ve které by měl zůstat v klidu a nepřemáhat se. Nejen z hlediska pracovní výkonnosti, která v tuto dobu zpravidla bývá na jedné z nejnižších úrovní za den, ale i z hlediska zdraví člověka by organismus neměl být přemáhán. Pro samotnou pracovní činnost to znamená, začít pracovat na rutinních nebo málo důležitých úkolech, jako je například otevírání příšle pošty, čtení denního tisku apod.

### ***Denní výkonnostní křivka***



*Graf č.1*

- Nikdo není nepostradatelný

Brát věci tak, jak jsou a uvědomit si, že firma se bez nás obejde a že zdraví a rodina je to nejdůležitější co máme. Nebojte se, že přijdete o práci, samozřejmě, že firmě můžete způsobit nemalé problémy svou nepřítomností, ale v tom lepším případě to může mít i pozitivní následky, jako třeba, že konečně přijmou člověka, který je už stejně dávno potřeba, jelikož se konečně ukáže, kolik práce děláte.

- Používat efektivně ty nejlepší pomůcky

Zde myslím různé pomocníky, které dnes používáme při každodenní práci a bez kterých, bychom si pracovní den, který má být efektivní, už opravdu nedovedli představit. Patří sem např. počítač, mobilní telefon, internet, e-mailová pošta, elektronický plánovací kalendář, popř. i navigační zařízení v autě, které nám ušetří čas s hledáním určité adresy, např. textilní firmy, při služebních cestách atd. Pro pracovníky oděvní firmy moderní zařízení při kladení, polohování, stříhání, šití atd.

- Koncentrace – univerzální spořič času

Koncentrované činnosti se od neprofesionálních liší tím, že koncentrované vedou ke splnění cíle. Činnost vykonávaná s koncentrací je zvládnutá:

- přesněji
- s menším počtem chyb
- při menší únavě
- za kratší čas

- Umění říci „NE“

Umění říci „NE“ patří k jednomu z nejmohutnějších zdrojů našeho času. Existuje jen málo účinnějších nástrojů time managementu než být schopen říkat „ne“. Přesto je pro nás obtížné to dělat. Částečně proto, že chceme být slušní, a částečně proto, že

nechceme nic pošvihnout, ať už se to týká zábavy či šance zlepšit svoji image. Nejdříve musíme pochopit, proč bychom měli říci „ne“.

Mylná představa ale je, že si myslíme, že říci „ne“ je neslušné. Ale říci „ano“, když to nemůžeme splnit, nám také moc nepomůže. Zkuste říci „ne“ a přidat důvod a pomocný návrh. Říkejte „ne“ správným způsobem a lidé o vás budou mít i nadále dobré mínění, ale přestanou vás využívat.

„S ČASEM SE MUSÍ HOSPODAŘIT JAKO S PENĚZI“



Obr. č.2 Čas jsou peníze.

## 2.2 Time management IV. Generace

- Historie
  - *První generace time managementu* zaváděla pořádek do úkolů a činností z nich vyplývajících. Úleva a únik před stresem byly zajištěny napsanými seznamy úkolů a zdrojů. Zjednodušeně by se dalo říci, že hlava zůstává čistá a víme, co je třeba dělat. Ještě jinak řečeno, první generace zavedla seznamy úkolů (CO).

- *Druhá generace time managementu* k sepsaným úkolům přidává právě čas a zapisuje do diáře a podobných plánovacích pomůcek, *CO* a *KDY* musíme učinit a tento model podvědomě využívá většina z nás stále.
- *Třetí generace time managementu* již napravuje velice precizně některé nedostatky těch předchozích generací. Toto učení je moudré, protože nenahrazuje pouze a krátkozrace staré novým, ale kombinuje, doplňuje, dělá syntézu, která umožňuje řešit i velké celky, i zásadní projekty. A navíc rozkrývá, pomocí dlouhodobých výsledků, které sleduje do hloubky, *JAK* plnit stanovené cíle, samozřejmě již s přihlédnutím k prioritám, v součinnosti s delegováním a týmovou prací. A hlavně nezapomíná na otázky z minulých generací. Takže teď již víme *CO*, *KDY* a *JAK*!

Tyto tři generace chtějí pouze zvyšovat důslednost a disciplínu. U většiny z nás osobní úspěchy v životě přichází ruku v ruce s těmito atributy – důsledností a disciplínou, tvrdostí k sobě i k jiným. Zkrátka jako rozvinutá manažerská země jsme zde, v tomto učení time managementu třetí generace.

- Time management IV. generace

**„Člověk je více než čas, člověk není stroj.“**

Time management čtvrté generace víceméně přebírá techniky z generace třetí, ale pracovní aktivitu manažera dává do širšího kontextu osobního, rodinného a společenského zázemí. V lehce zidealizovaném pojetí proklamuje: „*Člověk je důležitější než termínovaný výsledek, správná cesta podstatnější než správný cíl, protože spokojený a výkonný jedinec bude automaticky dosahovat dobrých výsledků.*“ [5]

Čtvrtá generace navíc důsledně pracuje s tím dobrým z generace třetí, ale snaží se ji trochu zlidštit, protože praxe mnohde ukázala, že pro řadu lidí je nemožné dlouhodobě důsledně dodržovat kontext denních, týdenních a měsíčních plánů. Tento nejnovější time management rovněž odhlíží od priority potřeb dneška, od operativy a časté naléhavosti a učí nás spíše prevencím, koncepcím a hlavně kreativitě. Tím mnohem více zasahuje do našeho života a zajímá se mimo výsledků i o společný zájem člověka a

firmy, motivaci, pocity či růst člověka, který jako individualita je nositelem těchto výsledků. Také, tímto svým zaměřením na člověka, snáz hledá návody, jak udělat ten první pověstný krůček ke změně, který stojí na začátku každé, byť sebedelší cesty. Pokládejte si otázky, proč jste se takto rozhodli, abyste se posunuli i do time managementu čtvrté generace. Osvědčené pravidlo je, že nikdy se nemá plánovat **více jak 60% vašeho času**. Neboť věty typu: „Dělej věci podle priorit!“, „Co mohou udělat jiní, ať dělají jiní!“ či „Buď nekompromisní!“ jsou sice pravdivé a jednoduché, ale naučit se jimi řídit stálo mnoho manažerů mnoho úsilí na cestě plné omylů a odmítání.

## PROAKTIVITA

**Time management čtvrté generace dovoluje pracovat s intuicí a hlavně využívá principu takzvané proaktivity.** Jinými slovy nás vybízí nereagovat na danou věc až nastane, pomocí zaběhnutých a známých návodů, ale aktivním přístupem vymýšlet nové možnosti, netradiční řešení. Hlavně nás také upozorňuje na zastaralé používání dnes již nevyhovujících způsobů uvažování. Proto je třeba oprostít se od vsugerovaných návyků, které mnohdy přerůstají v zlovyky a z nichž se již nestávají pouze žrouti našeho času, jak se učilo ve třetí generaci, ale často se nakonec stanou hrobaři našeho růstu a úspěchu. To nás potom vrhá do bludného kruhu odkládání a výmluv.

*„Byznys budoucnosti se bude dělat na bázi intuice.*

*Bože dej mi odvahu změnit věci, které mohu změnit.*

*Dej mi trpělivost přijmout věci, které nemohu změnit.*

*A dej mi moudrost, abych rozlišil jedno od druhého.“*

Ch.F.Oetinger

- Zásady time managementu IV. generace:

- spokojenost člověka
- cítit se dobře
- člověk je více než čas

- zevnitř je víc než zvenku
- cesta je víc než cíl
- pomalu je více než rychle
- celek je více než část [6]



*Obr. č.3 Time management.*

## 2.3 Myšlenkové mapy

- **Jak souvisejí mapy mysli s time managementem?**

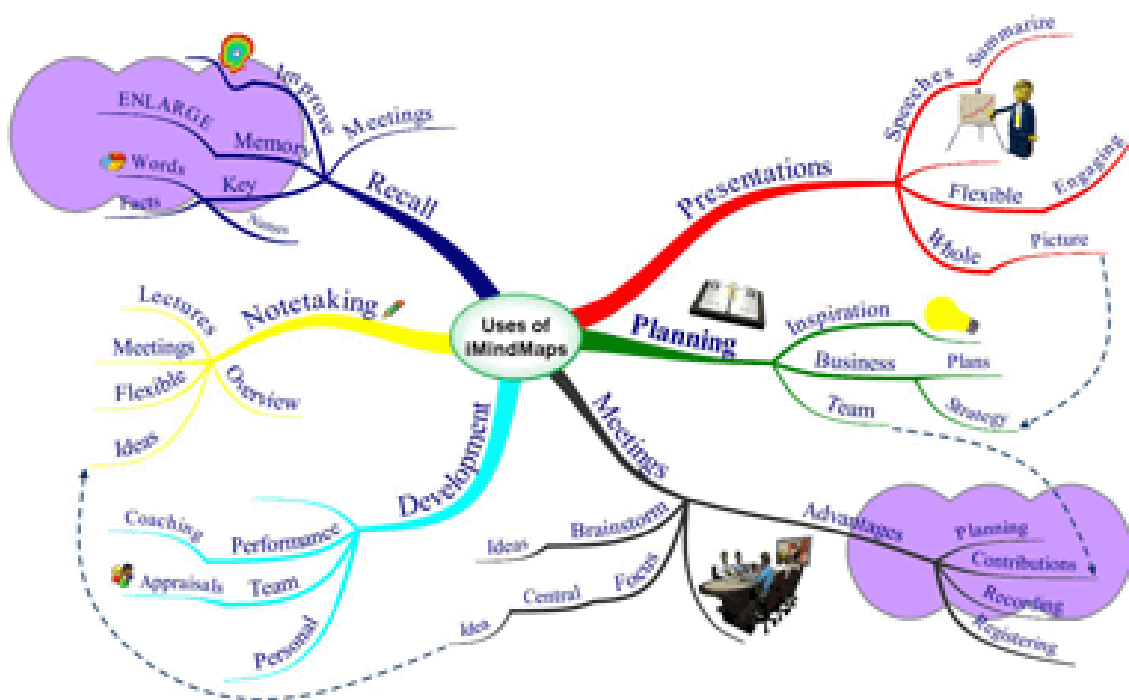
Mapy mysli nám přímo říkají i nepřímo naznačují spoustu oblastí života, kde se musíme naučit nebo naučené prohloubit, vynést se z amatérské na profesionální úroveň. Každé učení se čemukoliv má m.j. jeden nepostradatelný a neodmyslitelný atribut: ČAS.

Učení se odehrává v čase a je nutné se naučit hospodařit s časem i při těchto učeních, při všech cestičkách našeho rozkvětu.

Myšlenkové pojetí bylo vytvořeno kanadským psychologem Tonym Buzanem. Z českých autorů je to pak Petr Pacovský, který mapy mysli zpopularizoval a rozvinul.

T. Buzon se věnoval zvýšení výkonnosti mozku a fixaci (pamatování) vět a znaků. Dospěl k názoru, že si poznatky ukládáme do paměti ve formě "trsů"- od toho se nakonec vyvinula grafická úprava metody mapy mysli. Soustava těchto "trsů" je vysoce individuální, což odráží neopakovatelné zvláštnosti každého člověka. **Je ověřeno, že používáním těchto map stoupá produktivita třikrát až pětkrát.**

Mapy mysli mají mnoho potencionálních aplikací a to především v time managementu, v pracovním životě, ale také v osobním životě a ve vzdělávání.

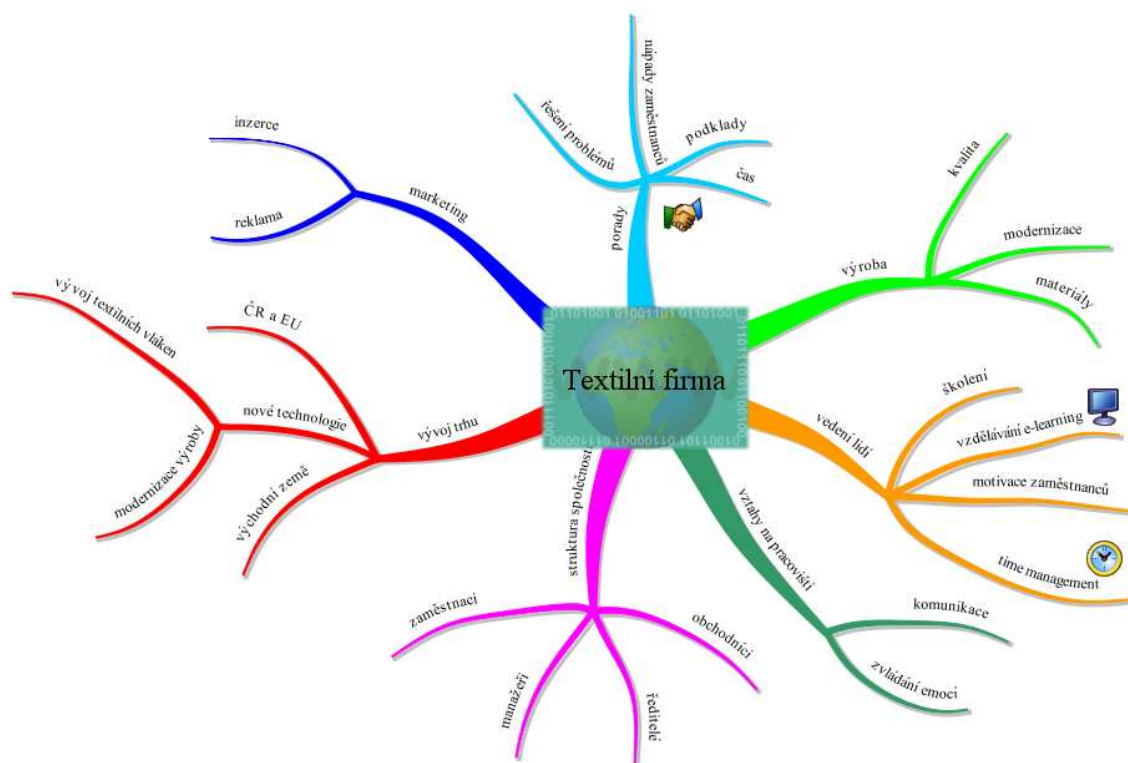


Obr. č.4 Myšlenková mapa

- Výhody myšlenkových map:
  - ✓ zvýšení produktivity
  - ✓ ušetření času
  - ✓ lepší organizace práce
  - ✓ zlepšení paměti
  - ✓ větší kreativita
  - ✓ lepší komunikace
  - ✓ rychlejší učení

## Buzan's iMindMap™

www.imindmap.com



Obr. č.5 Myšlenková mapa - textilní firma.

## 2.4 Situace v textilním průmyslu z pohledu time managementu

Jak již každý dnes určitě ví, najít uplatnění v textilním průmyslu je čím dál více složitější. Klesá nabídka pracovních míst a taktéž i poptávka po těchto pracovních pozicích.



Například Královohradecký kraj:

Český statistický úřad informoval, že počet pracovníků v textilním průmyslu v Královohradeckém kraji trvale klesá. Zatímco ještě v roce 2000 pracovalo ve výrobě textilu a oděvů 17.172 pracovníků, do letošního června se jejich počet snížil o 30 % na 12.000 pracovníků. Zaměstnanci v textilu nyní tvoří přes 8% všech statistikou sledovaných zaměstnanců v kraji.

Příčin je několik:

- uvolnění trhu EU pro zboží z Asie
- pokles textilní výroby
- tlak na cenu finálního výrobku
- technický pokrok a automatizace textilních zařízení nahrazujících lidskou práci z důvodu konkurence schopnosti firmy

Tyto příčiny mají za následek, že trh s tuzemsky vyráběným zbožím začal upadat. Tlaku konkurence některé české textilní firmy nebyly schopny čelit a tak byly nuceny omezit, či úplně ukončit svou činnost. Např. textilní firmy:

- Primona Česká Třebová
- Textonnia Czech Červený Kostelec

Krach textilních firem nemělo ale příčinu jen v sílící konkurenci a dovozu levného zboží z třetí země. Tuzemské textilní firmy řadu let působily na trhu a vyráběly v zaběhnutých kolejkách bez ohledu na přizpůsobení se požadavkům trhu. Problém špatného hospodaření, neinvestování do nového, modernějšího zařízení atd.

Zde tedy chci upozornit na problém špatného vedení některých textilních firem, tedy nedodržování základních pravidel time managementu pro nezbytný chod firmy.

### 3 PŘÍPRAVA A ŘÍZENÍ PORAD V TEXTILNÍ FIRMĚ

Porady jsou velice důležité v každé fungující společnosti. Mohou systematicky odstraňovat nedorozumění a zmatečnost, povzbuzují týmovou práci a informovanost pracovníků. Konají se proto, aby se diskutovalo o plánovaných projektech, postupu a dosažených cílech. Efektivní porada má uspořít čas i peníze a nesmí být jen pro většinu účastníků ztrátou času. Techniku a vedení každé efektivní porady by měl ovládat každý dobrý manažer.

#### 3.1 Typy porad

Porady jsou svolávány za různými účely a liší se zpravidla ve stanovování svých cílů. Je velice důležité znát typ porady, abychom zajistili snazší průběh, zamezení možného nedorozumění, nepochopení u účastníků porady. Právě na základě stanovení cílů poradu definujeme.

Porady tedy dělíme:

- *Porada informativní*

Význam těchto porad spočívá v tom, aby informovaly o vnitropodnikových změnách, o stavu určitých projektů, o nových výrobcích, o vztazích se zákazníky atd. Slouží k odstranění vědomostního deficitu spolupracovníků. Tento typ porady obvykle řešení neočekává.

Účastníci: vedoucí pracovníci, přímí podřízení, kvalifikovaní pracovníci

- *Porada řešitelská*

Cílem těchto porad je vyřešení problému nebo produkce nových nápadů.

Účastníci: přímý podřízení, kvalifikovaní pracovníci

- *Porada formální*

Nejčastější typ porady. Bývají pravidelné s předem připraveným programem.

Účastníci: přímý podřízený, dle řešeného programu

- *Porada výrobní*

Porady svolávané pro plynulý a bezproblémový chod výroby.

Účastníci: přímý podřízený, dle řešeného problému

- *Porada kontrolní*

Cílem je zachytit jednotlivé odchylky od původního plánu a navrhnout řešení. Dále poskytnout zúčastněným pracovníkům přesnou představu ohledně aktuálního stavu projektu.

Účastníci: pracovníci zapojení do projektu

- *Porada manažerská*

Pravidelné porady nejvyššího vedení o efektivním fungování a vedení firmy.

Účastníci: jen vedoucí pracovníci

- *Porada krizová*

Cílem je předcházet vzniku problému. Má preventivní charakter.

Účastníci: pracovníci zapojení do projektu

## 3.2 Konstrukce porad

Porady (meetingy) patří k nejdůležitějším nástrojům firemní komunikace. Řízení porad vyžaduje zvládnout určité zásady a mít dostatečné komunikační schopnosti. V důsledku špatného naplánování a nevhodného řízení patří porady k největším ztrátám času, ke kterým ve firmách dochází. Proto je velice důležité zvládnutí a využívání metod efektivního řízení porad a znalost základu - správné konstrukce porad.

Správná konstrukce porad by měla obsahovat tři fáze:

- *Před poradou (příprava porady):*
  - stanovení cílů, definování problému k řešení
  - kdo se zúčastní
  - čas, místo a délka trvání
  - obsah programu – jednotlivé body
  - příprava na problémové okruhy otázek a účastníky
  - příprava místa
  - příprava organizačního zázemí
  - příprava pomůcek a materiálů
  - komu přidělíme jakou roli (např. zapisovatel)
  - pozvánky
- *Při poradě (průběh porady):*
  - ▶ úvod:
    - začít včas
    - co budeme projednávat a proč
    - definovat cíl a problém
    - přidělit role
    - sjednotit a připomenout pravidla porady
  - ▶ porada:
    - dodržování dohody porady a čas
    - prostor pro zapojení všech zúčastněných
    - otázky
    - zvládat krizové situace a emoce
    - pružně reagovat na vzniklou situaci a změny
  - ▶ závěr:
    - shrnout výsledky a úkoly
    - ocenit průběh porady
    - poděkovat za účast
    - končit pozitivně

▪ *Po poradě:*

- záznam o výsledcích
- rozeslání a předání zápisu účastníkům porady
- realizace dohodnutých kroků
- zhodnocení výsledků porady

### 3.3 Negativní jevy na poradách

*Před poradou:*

- není respektován čas zahájení porad
- účastníci porady přicházejí se zpožděním
- změna obsahu programu porady těsně před zahájením
- nepřipravenost účastníků s programem porady

*Průběh porady:*

- opakování informací pro pozdě příchozí
- účastníci porady teprve čtou podkladové materiály
- vyrušování, bavení se, telefonování
- porada je chaotická, není stanoven žádný systém
- nejsou přítomni kompetentní pracovníci k řešení individuální situace
- dlouhé monology
- odbíhání od tématu porady
- nepřipravenost účastníků, nesprávné informace
- nesprávně kladené otázky
- lidé odcházejí v průběhu porady
- nedostatek prostoru k vlastnímu názoru
- hádky, skákání do řeči
- nezapojení některých účastníků do diskuze
- překročení doby trvání porady, porada je nekonečná
- pozornost účastníků klesá
- porada je ukončena bez dokončení tématu

*Po poradě:*

- nebyl stanoven zapisovatel porady
- nejsou známy výsledky porady
- účastníci při poradě nic nevyřešili, ztráta času
- nebyly zadány úkoly pro účastníky

### **3.4 Faktory ovlivňující průběh porad**

- Firemní kultura
- prostředí, místo, čas
- kvalita lidí
- mezilidské vztahy
- osobní problémy a různé subjektivní problémy
- nedisciplinovanost zaměstnanců
- podceňování situací
- návyky, mocenská struktura
- špatná koordinace
- stereotypy ve vedení porad
- nesprávně stanovená struktura porad
- nedostatek času věnovaný vlastní přípravě
- omezený počet lidí na poradě
- motivace lidí

### **3.5 Nástroje a metody využívané při poradách**

Jedná se o nástroje a metody, které můžeme využít při práci s lidmi, na poradách a komunikaci obecně. Kdykoliv, kdy chceme mít úspěch v tom, co děláme.

- Stanovení cílů

Definování cíle není vždy jednoduché a jednoznačné, a tak si musíme pomoci určitými vodítky – body, které nám pomohou cíl definovat tak, aby byl zřejmý a splnitelný. Jednou z metod je tvorba SMART nebo také SMARTer cílů.

**S** – specifikovatelný: jasné pojmenování cíle

**M** – měřitelný: naše orientace na cestě ke splnění cíle

**A** – akceptovatelný: příliš vysoké cíle mohou demotivovat, protože je nemůžeme splnit, cíl musí být takový, aby pro nás samotné byl akceptovatelný

**R** – reálný: úkol, který se dá provést, uskutečnit

**T** – termínovaný: stanovení pevných a jasných termínů

**e** – emoce: zapojení toho, co nás pozitivně popohání ke splnění úkolu

**r** – recorded: záznam toho, čeho chceme dosáhnout posiluje splnění našeho cíle

- GROW model

Je to model využívaný především při koučování. Je obecnější než SMART.

**G** – goal – cíl: zamyslet se nad svým cílem co nejkonkrétněji a popsat jej

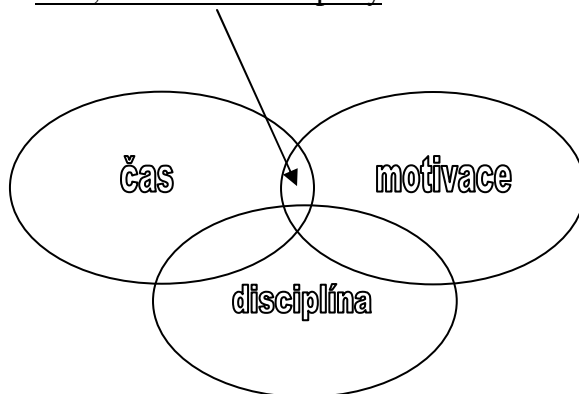
**R** – reality - současnost a skutečnost

**O** – opportunity – možnosti a příležitosti

**W** – will – vůle: vůle, ochota a připravenost k akci

- Podmínky úspěchu

Úspěch je v průniku času, motivace a disciplíny.



Obr. č.6 Čas, motivace, disciplína [7]

- Brainstorming

Tvůrce této metody je A. F. Osborn. Tato metoda podporuje kreativitu, vytváří neformální atmosféru, spojuje lidi, uvolňuje napětí, přináší nové nápady a možnosti, řešení, nové pohledy.



- SWOT analýza

Tato analýza nám dává možnost dosahovat lepších výsledků v osobním i v pracovním životě. Shrnuje přehledně a metodicky jednotlivé situace.

**S** – strong – silné stránky

**W** – weak – slabé stránky

**O** – opportunities – příležitosti, výzvy

**T** – threads – hrozby

Příklad SWOT analýzy textilní firmy:

Strong – silné stránky	V čem je naše konkurenční výhoda V čem jsme dobří Co se nám daří V čem jsme jiní Máme něco, co jiní nemají Kde je naše výhoda Co nám může pomoci
------------------------	--



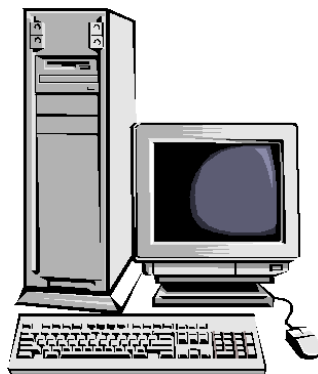
Weak – slabé stránky	V čem je konkurence lepší Co neumíme V čem se musíme zlepšit Co nám chybí Na co si zákazníci, zaměstnanci stěžují
Opportunities – příležitosti, výzvy	Problémy u konkurence Nová situace na trhu Mezera na trhu Nový požadavek zákazníků Nový zaměstnanci
Threads – hrozby	Nová konkurence Vnější vlivy (ekonomické problémy, politická situace, apod.) Vnitřní vlivy (zaměstnanci, výroba, finance)

Tab.č.2 SWOT

## 4 MULTIMEDIÁLNÍ APLIKACE

- Historie

V druhé polovině šedesátých let se začalo experimentovat se stroji na učení, tzv. vyučovacími automaty. Složitost a nevelká účinnost těchto automatů způsobily jejich celkové nevyužití v praxi.



*Obr. č. 7 Počítač*

V osmdesátých letech 20. století, společně s „elektronizací“ školství se začaly rozšiřovat osmibitové mikropočítače. Tato vlna, jejímž cílem bylo poskytnout dětem počítačovou gramotnost, k nám přišla počátkem roku 1985. Začalo se s výrobou speciálních školních mikropočítačů IQ 151. V druhé polovině osmdesátých let trh ovládly první šestnáctibitové počítače, osobní počítače PC. Zároveň s tím můžeme sledovat obrovský rozmach kancelářských aplikací a postupné rozšiřování počítačů do domácností. Ve školství dochází v souladu s celosvětovým vývojem kybernetiky a umělé inteligence k pokusu o zdokonalení vyučovacích automatů. Počítač se začíná používat jako učící a zkoušející stroj. Za pomoci počítače se začínají prověřovat teorie, které tvrdí, že počítač by měl učitele částečně nahradit.

Vědecké (převážně univerzitní) týmy z celého světa začínají pracovat na vývoji inteligentních výukových systémů (Intelligent Tutoring Systems). Cílem těchto výukových systémů bylo vytvářet aplikace s dlouhodobou kontrolou nad výukovým procesem. Systémy v sobě vhodně spojovaly výklad učiva, procvičování probrané látky a testy. Dokázaly využívat grafiku, animace, zvuk a byly schopny v sobě integrovat i zcela nezávislé programy. Tempo i obsah výuky byl individualizován. Dosažené

výsledky studujícího se ukládaly a vyhodnocovaly. Tím se automaticky rozhodovalo o dalším postupu. Role učitele se omezila na kontrolu a obsluhu.

Princip programového učení ve výukových aplikacích tak začal být doplňován o prvky umělé inteligence. K testu se přidával výklad látky a procvičování. Z těchto prvků byly sestavovány jednotlivé lekce a z nich pak celé kurzy.

Na začátku devadesátých let se objevuje e-mail, prostředek komunikace na dálku. Nástupem e-mailu se zjednodušuje komunikace, a zároveň se velmi rychle začal rozšiřovat celosvětový web. Dalšími důležitými momentem šíření e-learningu je nástup CD Romů díky nimž bylo možné ukládat velké objemy dat na relativně malé a zároveň přenositelné disky. Telefonní konference, hlasová pošta a družicové spojení změnily tradiční způsoby komunikace.

Vysoké školy byli mezi prvními, kdo začal objevovat výhody těchto nových technologií. Do poloviny devadesátých let se staly vysokoškolské e-mailové systémy běžnou normou po celých Spojených státech. Fakulty i jednotliví studenti začali používat web jako zdroj informací a zábavy. Především mladší studenti vytvářeli diskusní skupiny a on-line místnosti pro chat, kde mohli komunikovat v reálném čase o všem od módy přes politiku po hledání nových přátel.

Vývoj na univerzitách pokračoval rychle kupředu. Sylaby, knihovní zdroje, obsahy přednášek začaly být přemísťovány z klasických učeben na multimediální zdroje a na místní síť. Soukromé společnosti začaly hledat možnosti potencionálního e-learningu. Na www vznikly virtuální univerzity, které nabízely všechny své kurzy a získání certifikátů přes internet. [8]

## **4.1 E-learning**

- Historie E-learningu

Dříve než se koncem roku 1997 začal používat termín e-learning, říkalo se onlinové učení (online learning). Podle jedné definice znamená onlinové učení použití technologie sítě k vytváření, dodávání, vybírání, spravování a rozšiřování učení. V roce 1999 se objevila charakteristika e-learningu jako učení umožňovaného internetem.

Pět let po prvním použití termínu e-learning žijeme v elektronickém světě. Sítě usnadňují prakticky veškeré učení. Většina podnikového vzdělávání alespoň částečně zahrnuje e-learning.

E-learning se připojuje k nástrojům, které zlepšují ekonomickou výkonnost. Úspěch e-learningu je poměřován spokojeností zákazníků, rychlejším dodáváním výrobků na trh, vyššími prodeji a menším množstvím chyb.

E-learning prokázal, že je užitečný pro to, aby podniky:

- urychlily pracovní procesy
- zlepšovaly produktivitu prodejních kanálů
- pomáhaly zákazníkům stát se poučenějšími kupujícími
- umožnily prodávajícím a partnerům úžeji a rychleji spolupracovat
- urychlovaly orientaci nových zaměstnanců
- rychleji zapracovávaly nové vedoucí pracovníky
- vyrovnaly pracovní síly se současnou strategií
- uvedly v život nové produkty a služby v globálním měřítku
- rozvíjely podnikové systémy, např. CRM (Customer Relationship Management - řízení vztahů se zákazníky) a ERP (Enterprise Resource Planning - plánování podnikových zdrojů),
- pravidelně dokumentovaly dosažené cíle [8]

- Pojem E-learning

Konfucius řekl: „*Co slyším, to zapomenu. Co vidím si pamatuji. Co si vyzkouším, tomu rozumím.*“ Empirické výzkumy o pár tisíc let později jeho slova potvrdily a přidaly ještě číselné vyjádření:

- člověk si pamatuje 10% informací, které slyší
- 20% informací, které vidí
- 50% informací, které vidí a slyší
- 80% z toho, co si sám vyzkouší

Pod pojmem e-learning si lze představit jakýkoliv elektronický dokument. Pro zvýšení účinnosti výuky se často podává obsah ve formě elektronického kurzu, což je elektronický program (či prezentace), který využívá různé výukové strategie a podporuje standardy e-learning umožňující jeho integraci do řídicího systému pro poskytování zpětné vazby zúčastněným (lektor, student, manažer...). E-Learning slouží lidem, společnostem a firmám jako prostředek, kterým se mohou sami vzdělávat, bez pomoci nějakého lektora a to například v klidu domova a nemusí si zakupovat žádné několika stránkové knihy. E-learning bychom nazvaly jako „on-line počítačový průvodce danou problematikou.“

E-Learning přináší rychlejší, lepší a levnější vzdělávání. Je to nová forma výuky založená na komunikaci studenta a učitele prostřednictvím internetu nebo e-mailu. E-learning úzce souvisí s distančním studiem, kdy student dochází do školy jen zřídka, nebo dokonce vůbec, přesto může získat informace nebo vzdělání, o němž má zájem.

Úspora času a nákladů nutných k cestování je zřejmá. Výhodou této formy kurzu je, že student si určuje sám tempo, dobu i místo výuky podle svých individuálních možností. Nicméně tento typ studia klade značné nároky na studentovu odpovědnost a motivaci. E-learning se v současné době ukazuje jako velmi užitečný prostředek výuky především v oblasti celoživotního vzdělávání.

- Co je potřeba k e-learningovému vzdělávání
  - Počítač
  - Internet
  - CD nebo disketu
  
- Co potřebuje výrobce e-learningového kurzu
  - Znalosti (knihy, vzdělání)
  - Počítač
  - Programy a materiály (video, animace, texty, odkazy) [9]

## 4.2 Výhody a nevýhody vzdělávání prostřednictvím PC

- Výhody

+ Snížení technických, organizačních a cestovních nákladů.
+ Snížení času tvorby a organizace školení, času na dopravu, času mimo kancelář.
+ Rychlé vyškolení velkého počtu pracovníků, levné vyškolení specialistů, rychlá a levná příprava produktových školení.
+ Dodání všech druhů školení: na míru i univerzální, technické i obchodní, produktově i procesně zaměřené, vlastní tvorba a aktualizace kurzů.
+ Spojení formálního i spontánního přístupu ke školení, využití multimédií, dávkování znalostí, zvýšení soustředění, zvýšení efektivity.
+ Personalizovaný přístup, vytváření komunit odborníků stejného zaměření, výměna názorů v diskusních fórech.

+ Absence stresu z neúspěchu.
+ Kontrola výsledků.
+ Látka vnímaná více smysly se lépe pamatuje.
+ Kontrola výsledků.
+ Možnost kurz kdykoliv zopakovat.

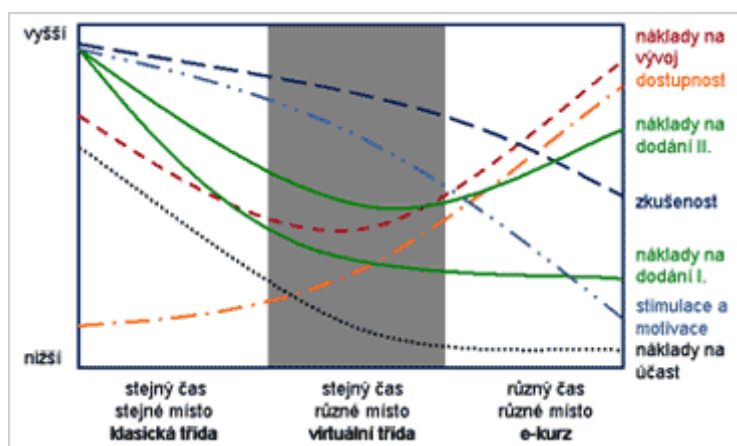
Tab. č.3 Výhody

- Nevýhody

– Absence motivujícího živého prostředí.
– Náklady na PC a internet.
– Vysoké počáteční náklady.
– Vyšší nároky na odpovědnost a samostatnost studenta.

Tab. č.4 Nevýhody

- Porovnání



Graf č.2 Grafické porovnání výhod a nevýhod forem vzdělávání.

Na vodorovné ose jsou zaznamenány tři kombinace času a místa. Klasická třída vyžaduje soulad času a místa, výhody elektronického samostudia tkví mj. v tom, že každý účastník může studovat v různém čase na různém místě. Ve stejném čase studovat na různých místech je výhodou virtuální třídy. Křivky udávají přibližnou a jen relativní výši nákladů nebo výsledku.

Tento převzatý graf zobrazuje porovnání výhod a nevýhod jednotlivých forem vzdělávání. Nebere v potaz samostudium z knih, ve většině aspektů je podobné e-learning samostudiu, není ovšem tak interaktivní a multimediální. Graf vychází jednak z porovnání nákladů, jednak z několikaletých zkušeností se vzděláváním ve virtuálních třídách. V našich podmínkách dosud nebyl proveden podobný průzkum, nicméně základní zákonitosti platí i v ČR, lze tedy graf použít pro přibližné porovnání.[10]

### 4.3 ToolBook



Obr. č. 8. Logo ToolBook

- Historie

ToolBook je e-learningová softwarová aplikace vyvinutá a vydaná firmou SumTotal System.

ToolBook je jméno produktové řady, která zahrnuje ToolBook Instruktor a ToolBook Assistant. ToolBook dovoluje uživatelům vyvíjet internetové kurzy, výukové systémy, multimediální aplikace, softwarové simulace a další typy interaktivních programů, za použití stejných technik jako při tvorbě dokumentů MS Office. Intuitivní „drag & drop“ rozhraní je ideální pro koncové uživatele, kteří chtějí rychle vytvářet efektní multimediální kurzy a prezentace bez znalosti programování. [12]





ToolBook byl vytvořen Paulem Allenem, spoluzakladatelem Microsoftu, a jeho týmem ve společnosti Asymetrix Inc., kterou založil po odchodu z Microsoftu. ToolBook byl spuštěn v květnu 1990 ve Veřejné knihovně v New Yorku. ToolBook mj. zahrnuje některé aplikace z programu Microsoft Windows 3.0.

Tento software nemá stálou a konečnou podobu. Je neustále zdokonalován a objevují se jeho nové a nové verze:

- 1990 ToolBook 1.0
- 1991 ToolBook 1.52, 1.53
- 1994 ToolBook 3.0 a 3.0a
- 1995 ToolBook 3.01
- 1996 ToolBook 4.0
- 1996 ToolBook 5.0, 5.01
- 1998 ToolBook 6.0, 6.1, 6.1a
- 1998 ToolBook 6.5
- 1999 ToolBook 7.0
- 1999 ToolBook 7.1
- 2000 ToolBook 7.2
- 2000 ToolBook 8.0
- 2001 ToolBook 8.1
- 2002 ToolBook 8.5
- 2003 ToolBook 8.6
- 2004 ToolBook 2004 (aka 8.9)

→ 2004 ToolBook 2004 SP1

→ 2005 ToolBook 2004 SP2

→ 2005 ToolBook 2004 SP3

→ 2007 ToolBook 9.0

→ 2008 ToolBook 9.01 [11]

- Jednoduchá tvorba kurzu

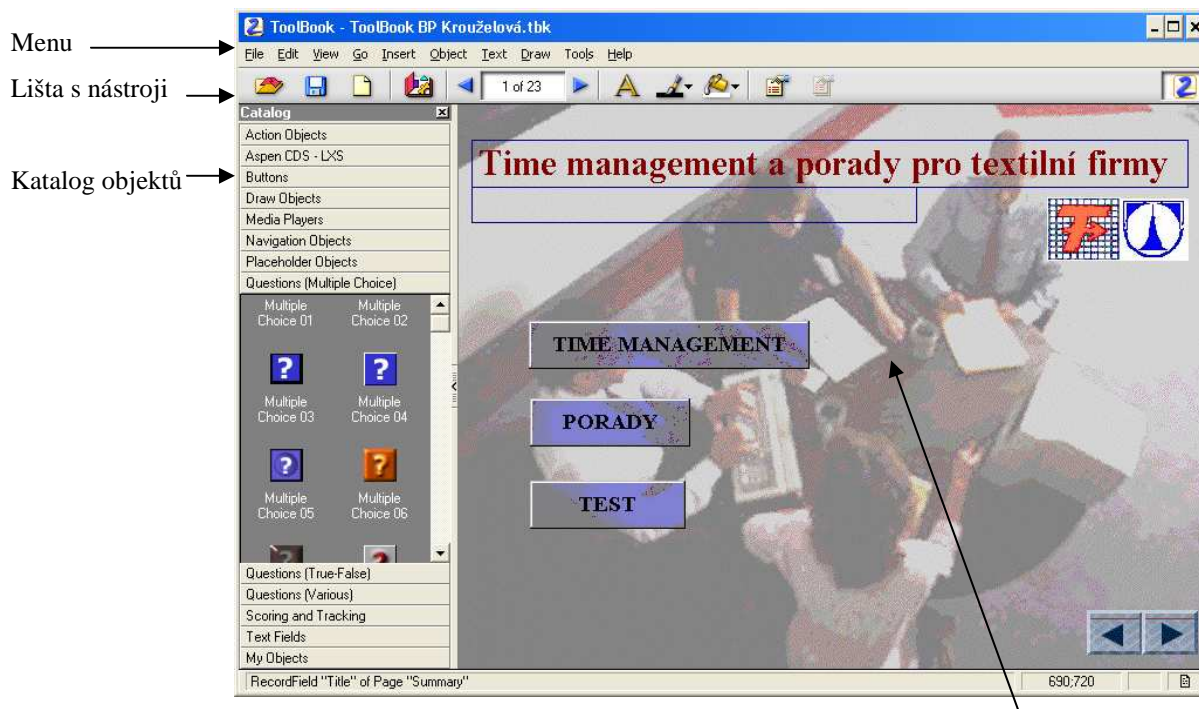
Celý proces vyvinutí kurzu se redukuje na 3 jednoduché kroky:

1. krok – zvolíme šablonu. Stovky předpřipravených šablon a možnost tvorby vlastních pomocí pomocníků Vás nikdy nenechá na holičkách.

2. krok – vytvoříme obsah kurzu včetně textu, grafiky, videa, audia a dalších objektů. Katalog obsahu více jak 1000 objektů organizovaných do kategorií. U každého objektu lze jednoduše měnit vlastnosti určující vzhled a chování. Jsou připraveny objekty pro dotazy, hodnocení, navigaci, audio, video, Word, PowerPoint a další.

3. krok – distribuujeme kurz na Internet, intranet, CD ROM, řídicí systém či e-learning portál. Za přispění pomocníka zodpovíte v několika krocích otázky ohledně cílového média a systém zvolí odpovídající technologie jako je DHTML, HTML a Java či TBK. [12]

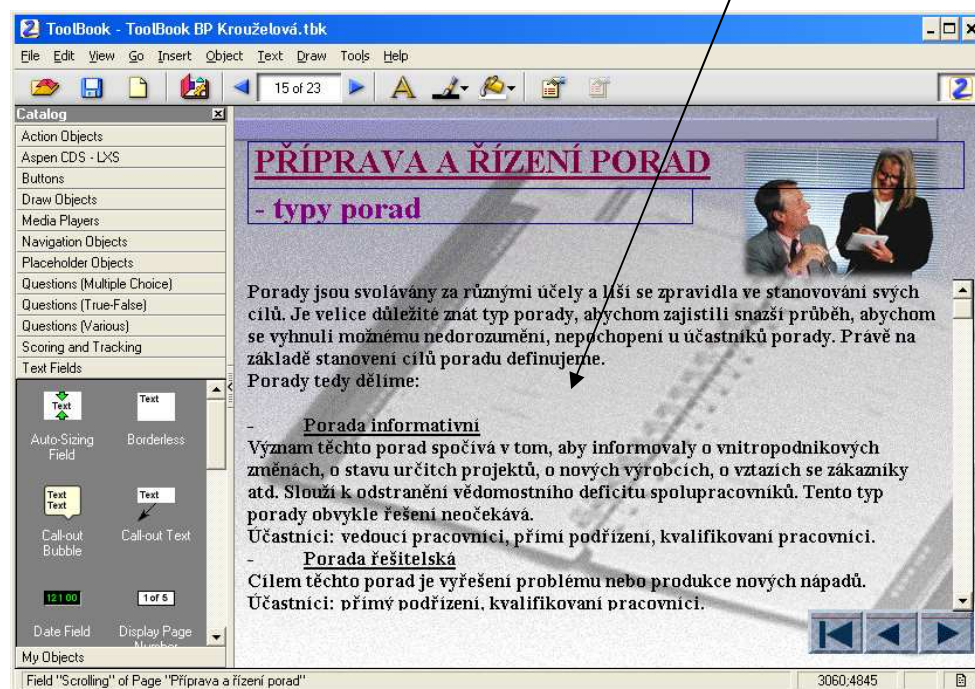
- Ukázka stránek ToolBook Assistant 8.5



Obr. č.9 Ukázka titulní strany v programu ToolBook

Vytvořená titulní stránka

Vložený předpřipravený učební text



Obr. č.10 Ukázka 15.stránky v programu ToolBook

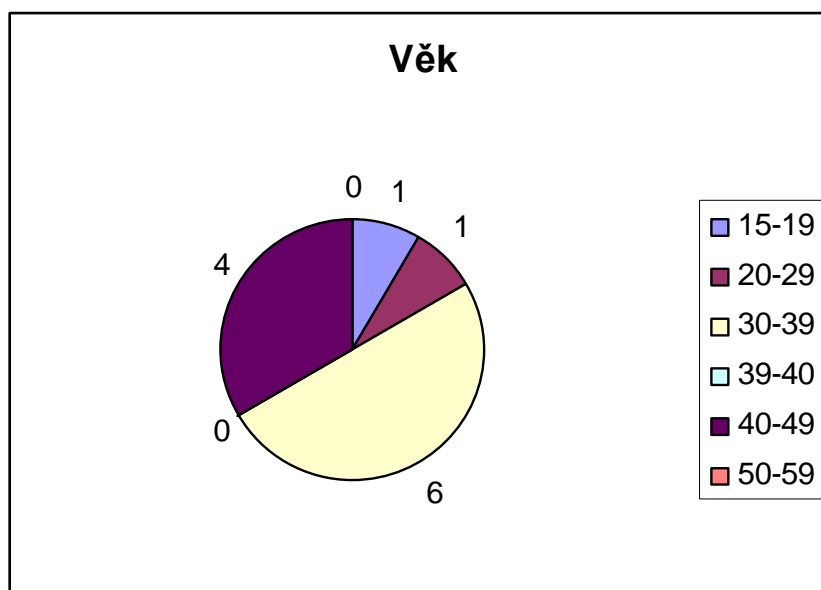
## 5 MARKETINGOVÝ PRŮZKUM

Marketingový průzkum vytváří metody pro sběr informací, které následně analyzuje. Sděluje výsledky, zjištěné poznatky a jejich důsledky. Je také chápán jako funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka, veřejnost s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací.

K zajištění potřebných informací jsem použila metody sběru dat písemným dotazováním. Dotazování probíhalo také přímou komunikací s respondentem a připraveným dotazníkem (viz. příloha č. 1), jelikož jsem zároveň prezentovala e-learningový kurz v programu ToolBook.

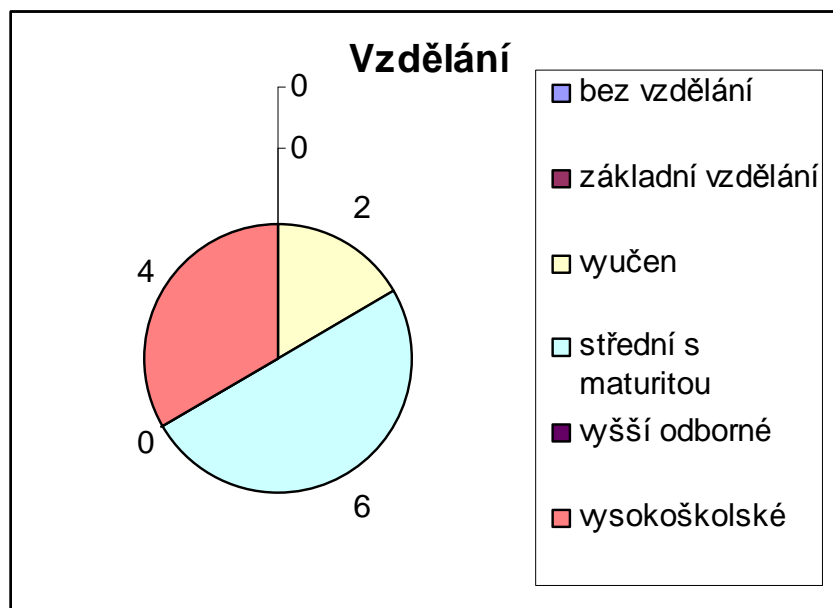
Z důvodu časové náročnosti (z důvodu velikosti souboru ToolBook nelze posílat e-mailovou poštou a tázaný respondent musí mít nainstalovanou verzi ToolBook, aby ji byl schopen otevřít) jsme oslovila 12 respondentů.

**Otázka č. 1) Věk.**



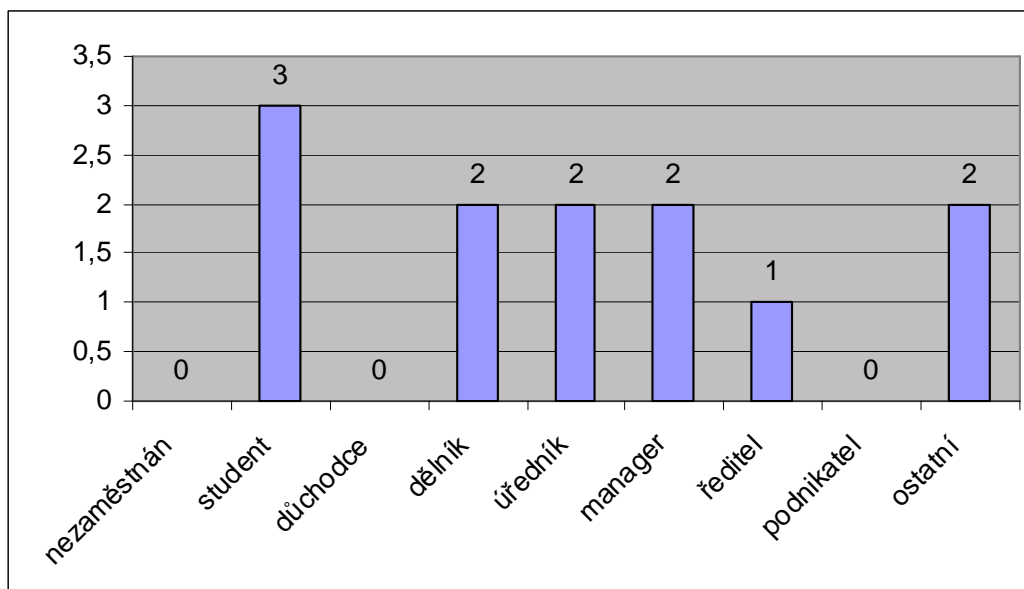
*Graf. č.3 Věk.*

**Otázka č. 2) Vzdělání.**



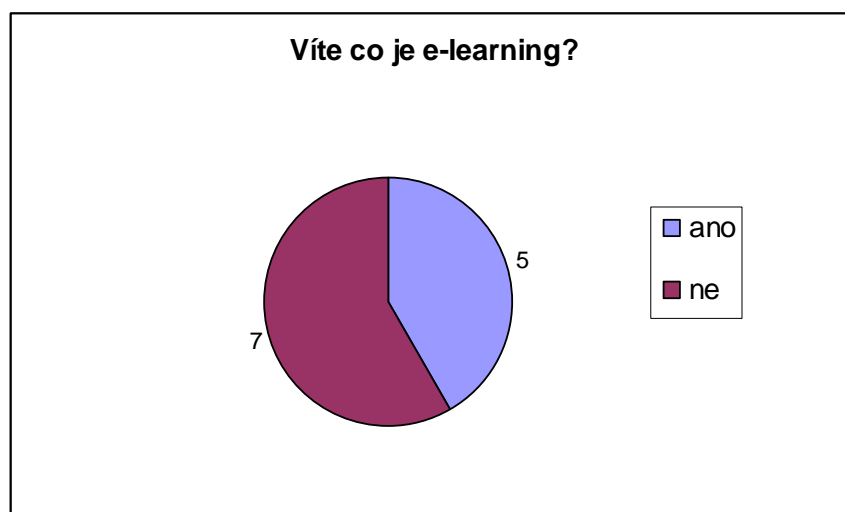
Graf č.4 Vzdělání.

**Otázka č. 3) Zaměstnání.**



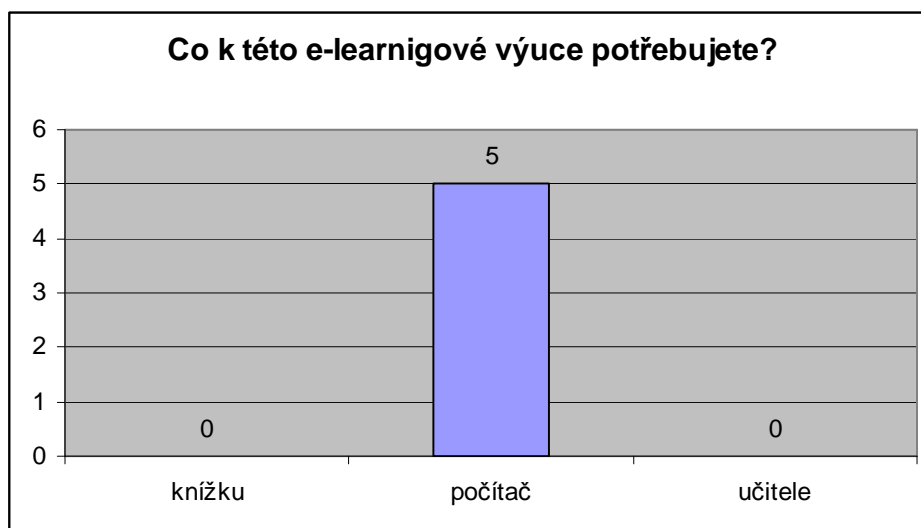
Graf č.5 Zaměstnání.

**Otázka č. 4) Víte co je e-learning?**



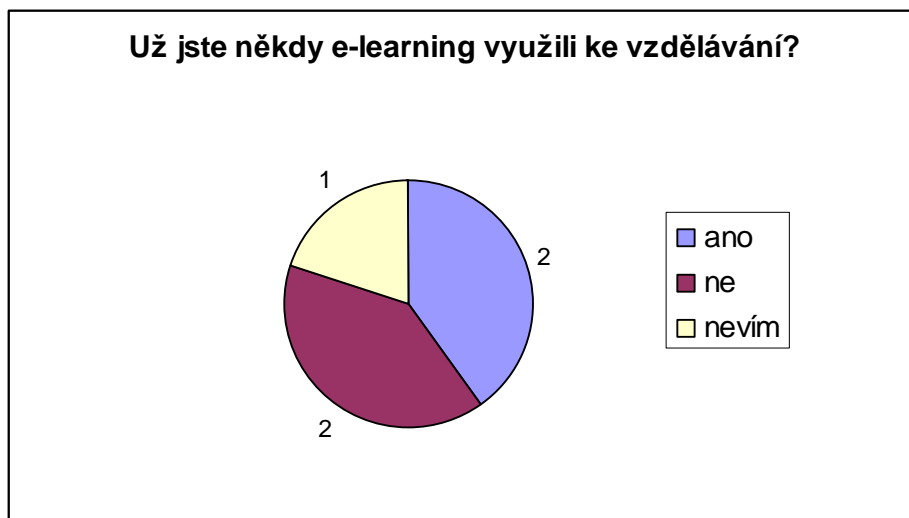
*Graf č.6 Víte co je e-learning?*

**Otázka č. 5) Co k této e-learningové výuce potřebujete?**



*Graf č.7 Co k této e-learningové výuce potřebujete?*

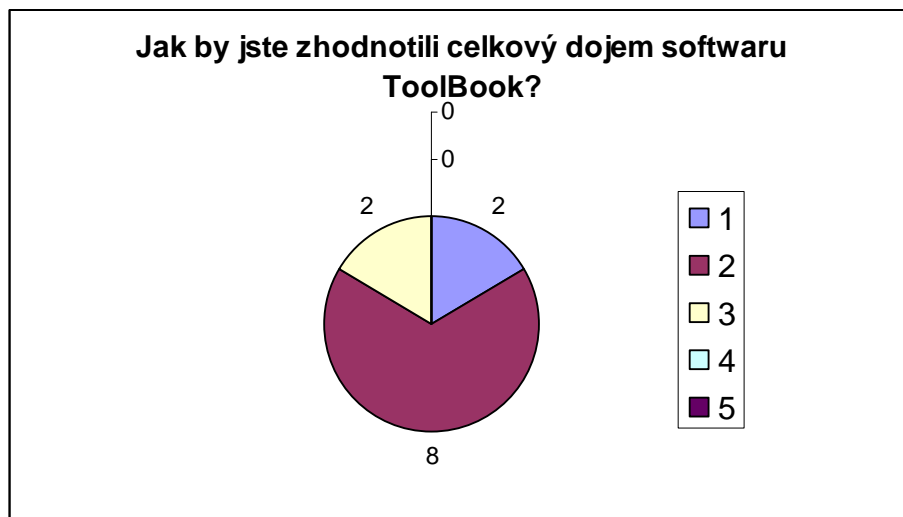
**Otázka č. 6)** Už jste někdy e-learning využili ke vzdělávání?



*Graf č.8 Už jste někdy e-learning využili ke vzdělávání?*

**Otázka č. 7)** Jak by jste zhodnotili celkový dojem softwaru ToolBook?

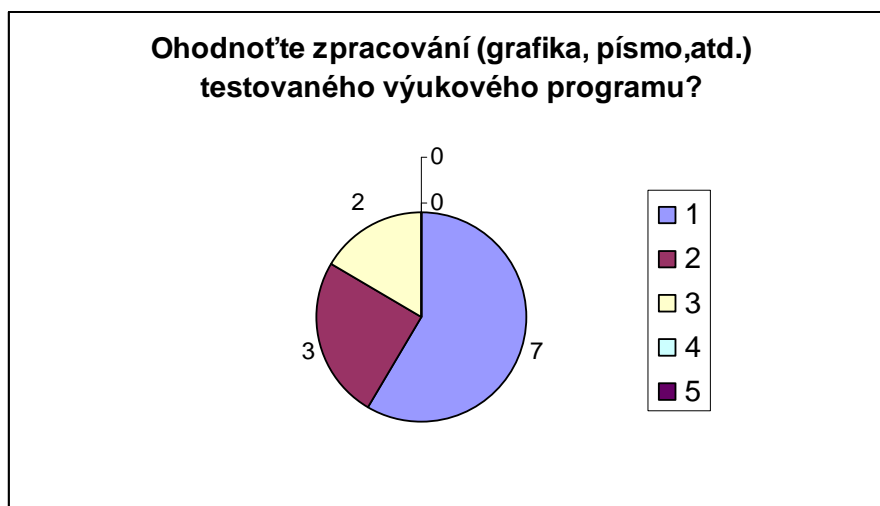
Graf obsahuje známkovací stupnici, 1-výborně, 5-nedostatečně.



*Graf č.9 Jak by jste zhodnotili celkový dojem softwaru ToolBook?*

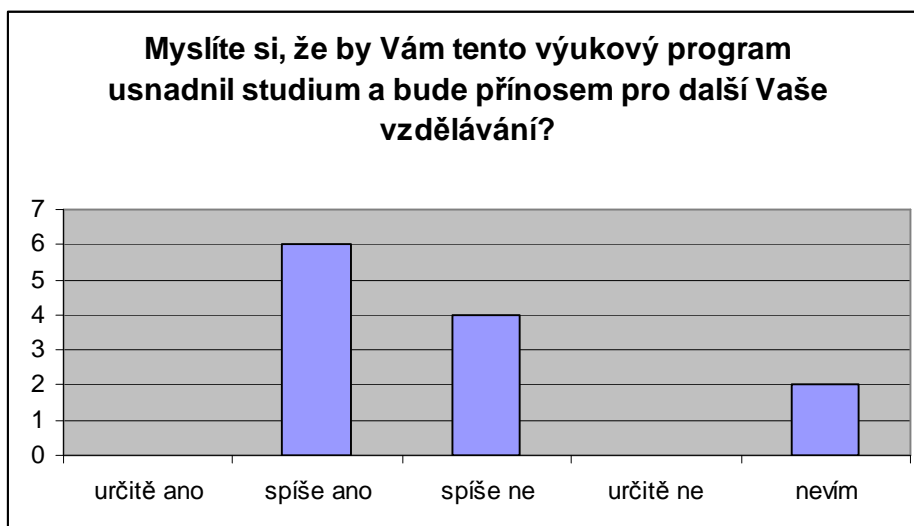
**Otázka č. 8)** Ohodnoťte zpracování (grafika, písmo, atd.) testovaného výukového programu?

Graf obsahuje známkovací stupnici, 1-výborně, 5-nedostatečně.



Graf č.10 Ohodnoťte zpracování (grafika, písmo, atd.) testovaného výukového programu?

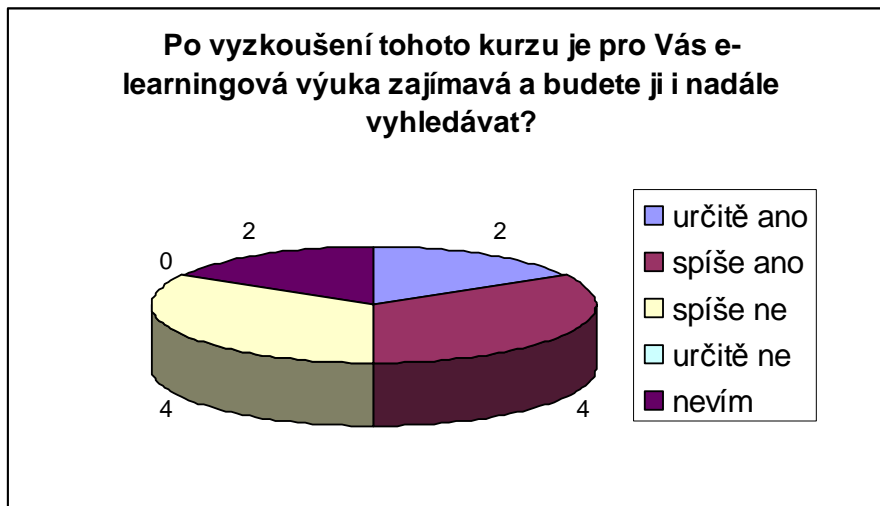
**Otázka č. 9)** Myslíte si, že by Vám tento výukový program usnadnil studium a bude přínosem pro další Vaše vzdělávání?



Graf č.11 Myslíte si, že by Vám tento výukový program usnadnil studium a bude přínosem pro další Vaše vzdělávání?

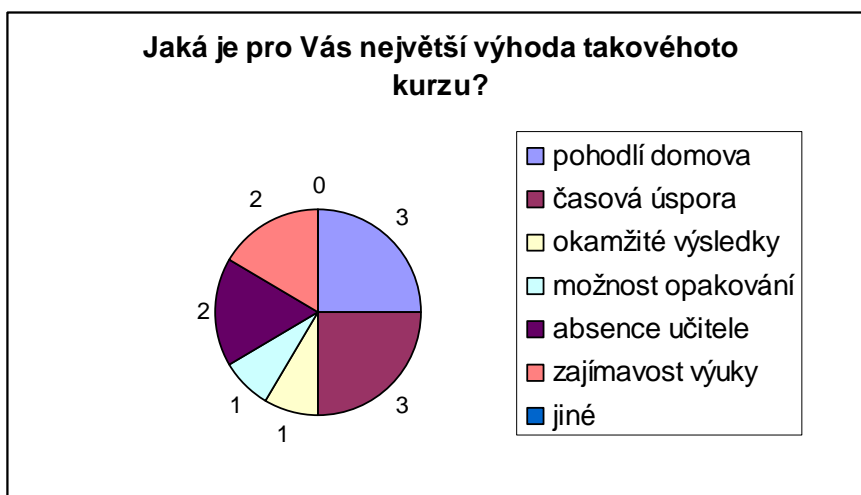


**Otázka č. 10)** Po vyzkoušení tohoto kurzu je pro Vás e-learningová výuka zajímavá a budete ji i nadále vyhledávat?



Graf č.12 Graf. Po vyzkoušení tohoto kurzu je pro Vás e-learningová výuka zajímavá a budete ji i nadále vyhledávat?

**Otázka č. 11)** Jaká je pro Vás největší výhoda takového kurzu?



Graf č.13 Jaká je pro Vás největší výhoda takového kurzu?

- Hodnocení výsledků

Celkový průzkum ukázal, že internet dnes nejvíce používají mladí lidé, což není nic překvapujícího. Ale zajímalo mě, jestli je i starší generace alespoň trochu seznámena s novinkami a trendy dnešní doby. Výsledky ale ukazují jasně, že starší generace i v dnešní době ani nemá přístup k počítači a internetu a postoj k počítači je spíše negativní.

Na otázku „Co je to e-learning?“ odpovědělo kladně 5 z 12 respondentů. Na první pohled to vypadá, že to není nijak uspokojivé číslo, ale když vezmeme v potaz, že 4 oslovení respondenti jsou věkové kategorie 40-49 let, tak poté odpověděli záporně pouze 2 respondenti z mladší věkové kategorie.

Dále na otázku „Už jste někdy e-learningový kurz využili ke vzdělávání?“ odpovídalo pouze 5 respondentů, jelikož od ostatních byla odpověď již předem jasná z předchozích otázek. Na tuto otázku tedy odpověděli kladně 2 respondenti.

Na otázky týkající se samotného softwaru ToolBook (vzhled, zpracování) respondenti reagovali celkem pozitivně, protože ani jeden respondent neodpověděl, že by se mu program vůbec nelíbil.

Další otázka „Po vyzkoušení tohoto kurzu je pro Vás e-learningová výuka zajímavá a budete ji i nadále vyhledávat?“ 4 respondenti ze starší generace odpověděli záporně, což se dalo předpokládat. 2 respondenti nevěděli, jestli budou mít možnost tohoto typu vzdělávání.

Za největší výhodu tohoto kurzu respondenti považují časovou úsporu, pohodlí domova, dále absence učitele a zajímavost výuky.

Můj celkový dojem na úspěšnost tohoto e-learningového kurzu je v celku kladný, ale má velké mezery u starší generace, což je škoda.

Lidé se dnes musí vzdělávat pomalu celý život bez ohledu na věk. S rostoucím pokrokem rostou i požadavky na nové znalosti a dovednosti. Neznalost lidí, může znamenat velký problém, např. při hledání nového zaměstnání. V dnešní době převládá celoživotní trend vzdělávání, což značně nahrává v prospěch e-learningu.

## 6 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo seznámit a poskytnout všem textilním firmám, ale i studentům Textilní fakulty na Technické univerzitě v Liberci nový studijní materiál potřebný pro studium time managementu a řízení firemních porad. Vhodný je také pro dálkové studenty, kteří nejsou a ani nemohou být přítomni na denních přednáškách kvůli práci či rodině nebo popř. i zdravotním problémům. Dále také pro ty, kteří neustále soupeří s časovou tísní.

Time management se dnes dotýká úplně každého, ať už výkonného manažera nebo třeba i ještě studenta. Každý si řídí svůj čas sám a je dobré znát některá pravidla time managementu, která nám pomohou z časové tísně.

Organizace porad je nedílnou součástí pracovní náplně pracovníků středního a vyššího managementu, kteří porady plánují a řídí. Nároky na úspěšnou organizaci porady s jasně specifikovaným programem, celkovým průběhem, zadáním a zpětnou kontrolou stanovených úkolů se rapidně násobí v čase hrozící celkové hospodářské recese a zpomalení evropských ekonomik.

Každý zúčastněný pracovník by se měl zamyslet nad náročností přípravy, průběhu a celkové organizace porady.

Dle mého názoru, zájem o e-learningové produkty je již v dnešní době značný a ještě poroste s pokrokem doby a větší informovaností veřejnosti. Jak již bylo uvedeno, má velké výhody a přináší prospěch každému uživateli. V současné době se ukazuje jako velmi významný prostředek výuky především v oblasti celoživotního vzdělávání. Pro dosažení úspěchů je požadováno neustálé zvyšování výkonnosti, zvládání nových situací a vykonávání řady nových činností. Abychom toto všechno v pohodě a bez problémů zvládli, musíme se vzdělávat a přijímat informace – učení je proto více než jindy klíčem k úspěchu. E-learning umožňuje skutečné zvyšování efektivity učení.

## 7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Lasák, P.: *Důležité – naléhavé*. 2006, [cit. 13.10.2008] Dostupné na internetu <http://pavel.lasakovi.com/dovednosti/time-management/dulezite-nalehave/>>
- [2] Lasák, P.: *Jak předat úkol*. 2006, [cit. 13.10.2008] Dostupné na internetu <<http://www.pavel.lasakovi.com/dovednosti/projektovy-management/jak-predat-ukol/>>
- [3] Jay, R., Templar, R.: *Velká kniha manažerských dovedností*. Praha: Grada Publishing a.s 2006, ISBN 80-247-1279-2, s. 490
- [4] Šuleř, O.: *Manažerské techniky*. Olomouc: Rubico, s.r.o., 1995, ISBN 80-85839-06-7, s.179
- [5] Šnýdrová, M.: *Manažerské dovednosti*. Time-management. Personál III. 1997, s. 7-8
- [6] Pacovský, P.: *Člověk a čas. Time management IV. generace*. Grada Publishing a.s. 2006, ISBN 80-247-1701-8
- [7] Kaňáková, E.: *Jak efektivně vést porady*. Grada Publishing, a.s. 2008, ISBN 978-80-247-1625-1
- [8] Historie e-learningu, [cit. 04.11.2008] Dostupné na internetu < <http://lide.uhk.cz/fim/student/fssoukk1/historie.html>
- [9] Co potřebuje k E-learningu, [cit. 04.11.2008] Dostupné na internetu <<http://lide.uhk.cz/fim/student/fssoukk1/potrebujem.html>>
- [10] E-learning. Porovnání. [cit. 04.11.2008] Dostupné na internetu <<http://www.hp.cz/e-learning/porovnani.php>>
- [11] ToolBook. [cit.10.11.2008] Dostupné na internetu <<http://en.wikipedia.org/wiki/ToolBook>>
- [12] ToolBook II Assistant. [cit.08.12.2008] Dostupné na internetu <[http://www.e-learn.cz/produkty\\_assistant.asp?menu=produkty&submenu=vyvoj&subsubmenu=toolbook&subsubsubmenu=assistant](http://www.e-learn.cz/produkty_assistant.asp?menu=produkty&submenu=vyvoj&subsubmenu=toolbook&subsubsubmenu=assistant)>

## 8 SEZNAM OBRÁZKŮ

1. Eisenhowerův diagram. [cit. 13.10.2008] Dostupné na internetu  
<<http://www.pavel.lasakovi.com/dovednosti/time-management/dulezite-nalehave/>>
2. Čas jsou peníze.
3. Time management. [cit. 03.11.2008] Dostupné na internetu  
<<http://www.orlita.cz/detail.php?clanek=76>>
4. Myšlenková mapa. [cit. 15.09.2008] Dostupné na internetu  
<<http://www.imindmap.com/download/>>
5. Myšlenková mapa – textilní firma.
6. Čas, motivace, disciplína.
7. Počítač.
8. Logo ToolBook. [cit. 10.11.2008] Dostupné na internetu  
<[http://www.toolbook.com/learn\\_testdrive.php](http://www.toolbook.com/learn_testdrive.php)>
9. Ukázka titulní strany v programu ToolBook.
10. Ukázka 15. stránky v programu ToolBook

## 9 SEZNAM GRAFŮ

1. Denní výkonnostní křivka.
2. Grafické porovnání výhod a nevýhod forem vzdělávání. [cit. 04.11.2008] Dostupné na internetu <<http://www.hp.cz/e-learning/porovnani.php>>
3. Věk.
4. Vzdělání.
5. Zaměstnání.
6. Víte co je to e-learning?
7. Co k této e-learningové výuce potřebujete?
8. Už jste někdy e-learning využili ke vzdělávání?
9. Jak by jste zhodnotili celkový dojem softwaru ToolBook?
10. Ohodnoťte zpracování (grafika, písmo, atd.) testovaného výukového programu?
11. Myslíte si, že by Vám tento výukový program usnadnil studium a bude přínosem pro další Vaše vzdělávání?
12. Po vyzkoušení tohoto kurzu je pro Vás e-learningová výuka zajímavá a budete ji i nadále vyhledávat?
13. Jaká je pro Vás největší výhoda takového kurzu?

## **SEZNAM TABULEK**

1. Oděvní firma
2. SWOT
3. Výhody
4. Nevýhody

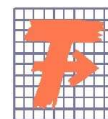
## **10 SEZNAM PŘÍLOH**

1. Dotazník
2. Postup při přípravě výukového programu ToolBook

# PŘÍLOHY



# **Příloha č. 1**



## **D O T A Z N Í K**

*Dobrý den,*

*jsm studentka kombinovaného studia textilního marketingu Technické univerzity v Liberci.*

*Tento dotazník je součástí mé bakalářské práce a slouží pouze pro studijní účely.*

*Prosím o pravdivé vyplnění tohoto dotazníku, které Vám zabere krátkou chvíli, avšak data, která v něm uvedete jsou pro mě nezbytná a pomohou mi úspěšně dokončit tuto práci.*

*Údaje, budou anonymně zpracovány pouze pro uvedený účel.*

### **1) Věk**

☒ 15-19      ☐ 20-29      ☐ 30-39      ☐ 40-49      ☐ 50-59 a více

### **2) Vzdělání?**

- ☐ bez vzdělání
- ☐ základní vzdělání
- ☐ vyučen/a
- ☐ střední s maturitou
- ☐ vyšší odborné
- ☐ vysokoškolské

### **3) Zaměstnání?**

- ☐ nezaměstnán/a
- ☐ student/ka
- ☐ důchodce
- ☐ dělník
- ☐ úředník
- ☐ manažer

- ☐ ředitel  
☐ podnikatel  
☐ ostatní

**4) Víte co je to e-learning?**

- ☐ ano ☐ ne

[Pokud jste odpověděli „ano,“ odpovězte prosím na otázky č. 5,6](#)

**5) Co k této e-learningové výuce potřebujete?**

- ☐ knížku  
☐ počítač  
☐ učitele, kantora

**6) Už jste někdy e-learning využili ke vzdělávání?**

- ☐ ano ☐ ne ☐ nevím

---

**7) Jak byste zhodnotili celkový dojem softwaru ToolBook?**

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

[Známkovací stupnice od jedné do pěti, 1 znamená výborně, 5 nedostatečně](#)

**8) Ohodnoťte zpracování (grafika, písmo, atd.) testovaného výukového programu?**

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

[Známkovací stupnice od jedné do pěti, 1 znamená výborně, 5 nedostatečně](#)

**9) Myslíte si, že by Vám tento výukový program usnadnil studium a bude přínosem pro další Vaše vzdělávání?**

- ☐ Určitě ano ☐ Spíše ano ☐ Spíše ne ☐ Určitě ne ☐ Nevím

**10) Po vyzkoušení tohoto kurzu je pro Vás e-learningová výuka zajímavá a budete ji i nadále vyhledávat?**

☐ Určitě ano   ☐ Spíše ano   ☐ Spíše ne   ☐ Určitě ne   ☐ Nevím

**11) Jaká je pro Vás největší výhoda takového kurzu?**

- ☐ pohodlí domova
- ☐ časová úspora
- ☐ okamžité výsledky testu
- ☐ možnost opakování testu
- ☐ absence učitele
- ☐ zajímavost výuky
- ☐ jiné.... prosím uveďte

---

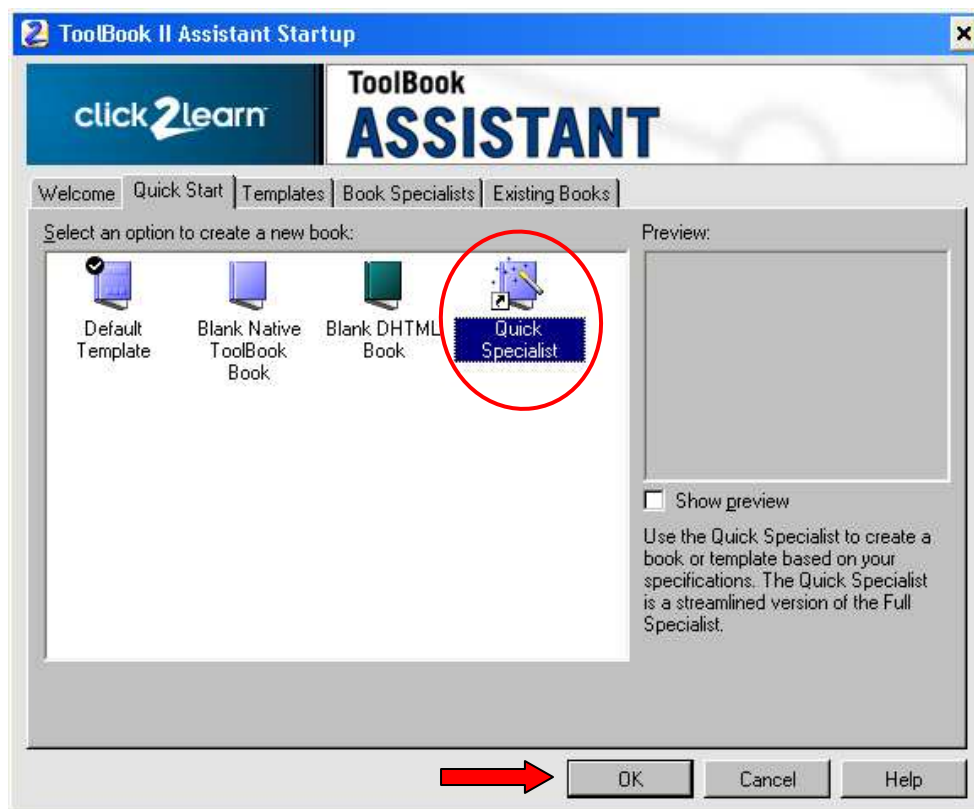
Děkuji za Váš čas,  
Blanka Krouželová

Technická univerzita v Liberci  
Fakulta Textilní, obor Textilní marketing

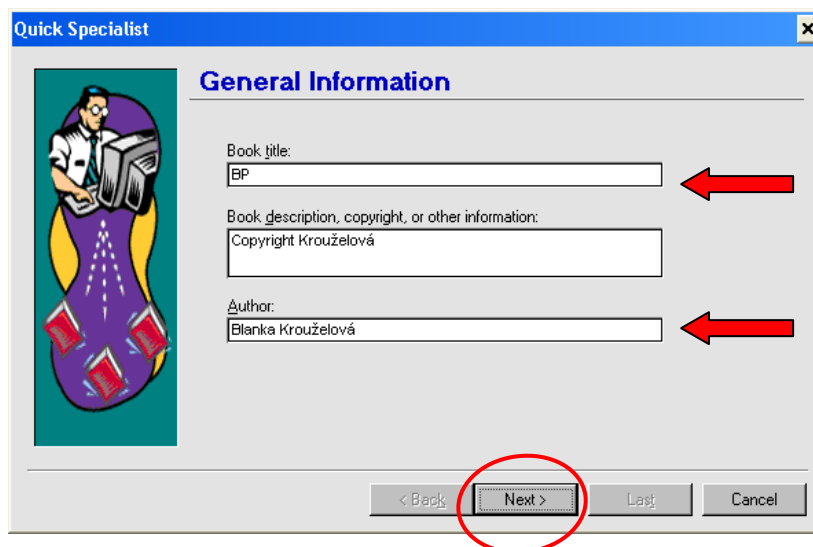
## *Příloha č. 2*

### 1. Vyvinutí (založení) kurzu

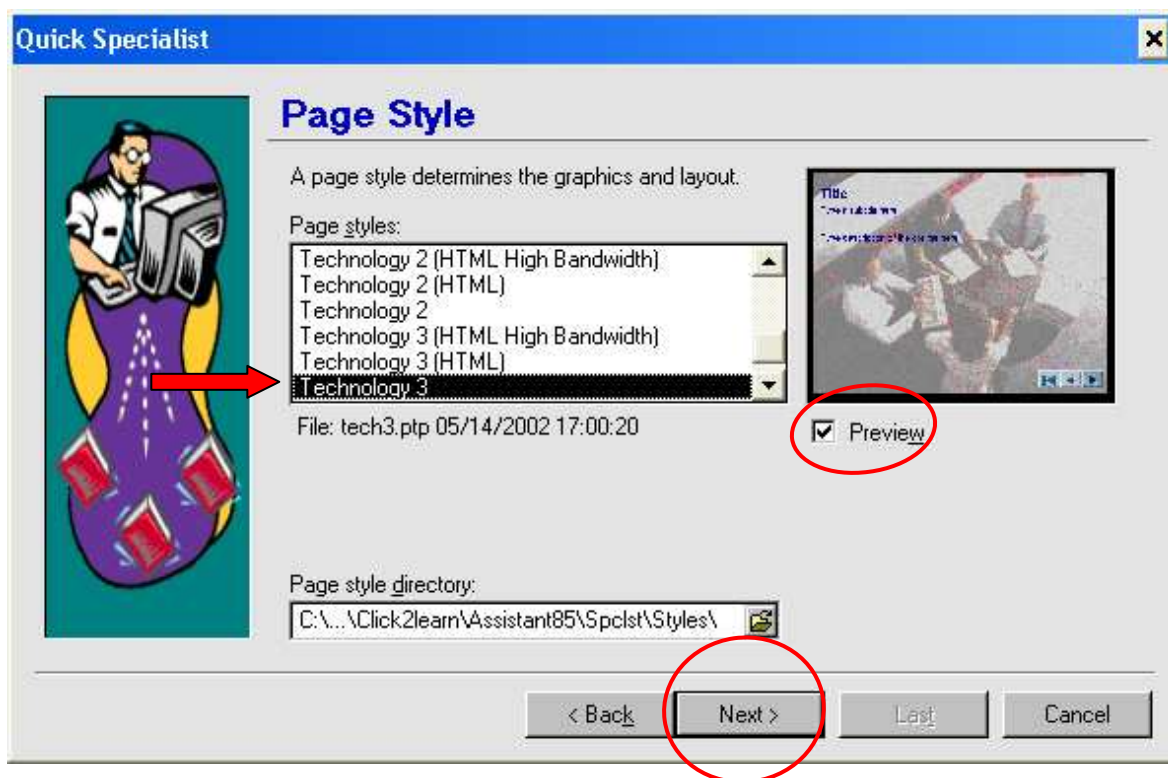
Krok č.1



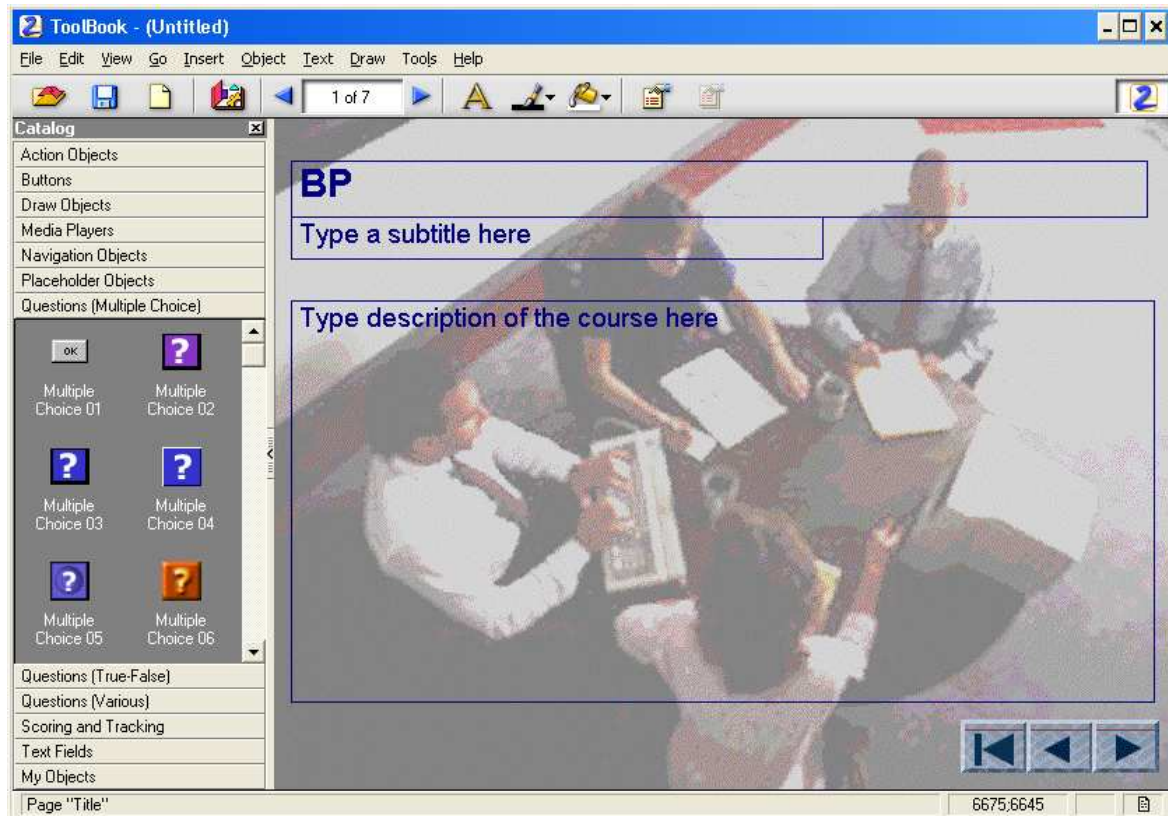
Krok č.2



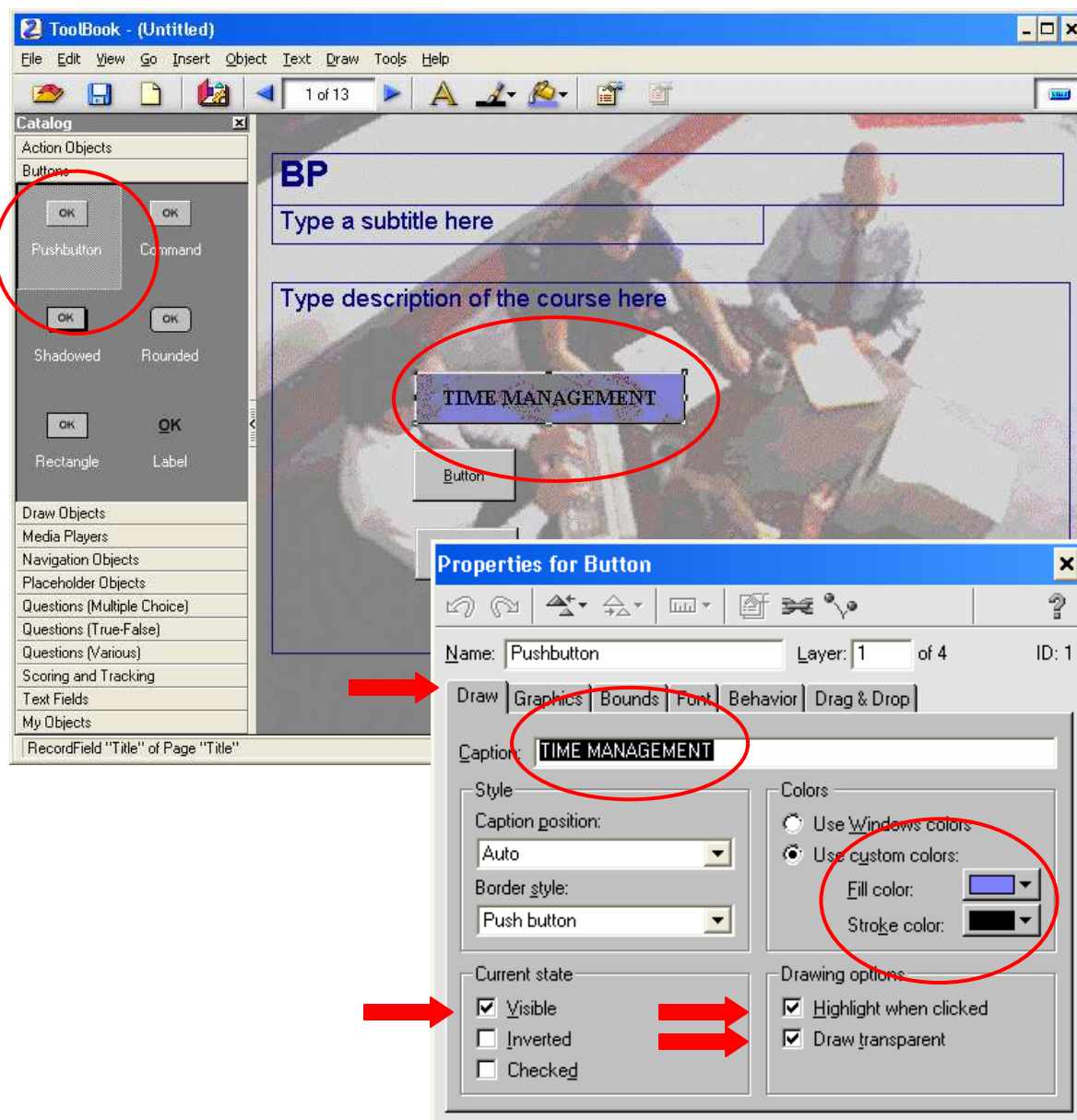
Krok č.3 – Tvorba pozadí, výběr z mnoha variant



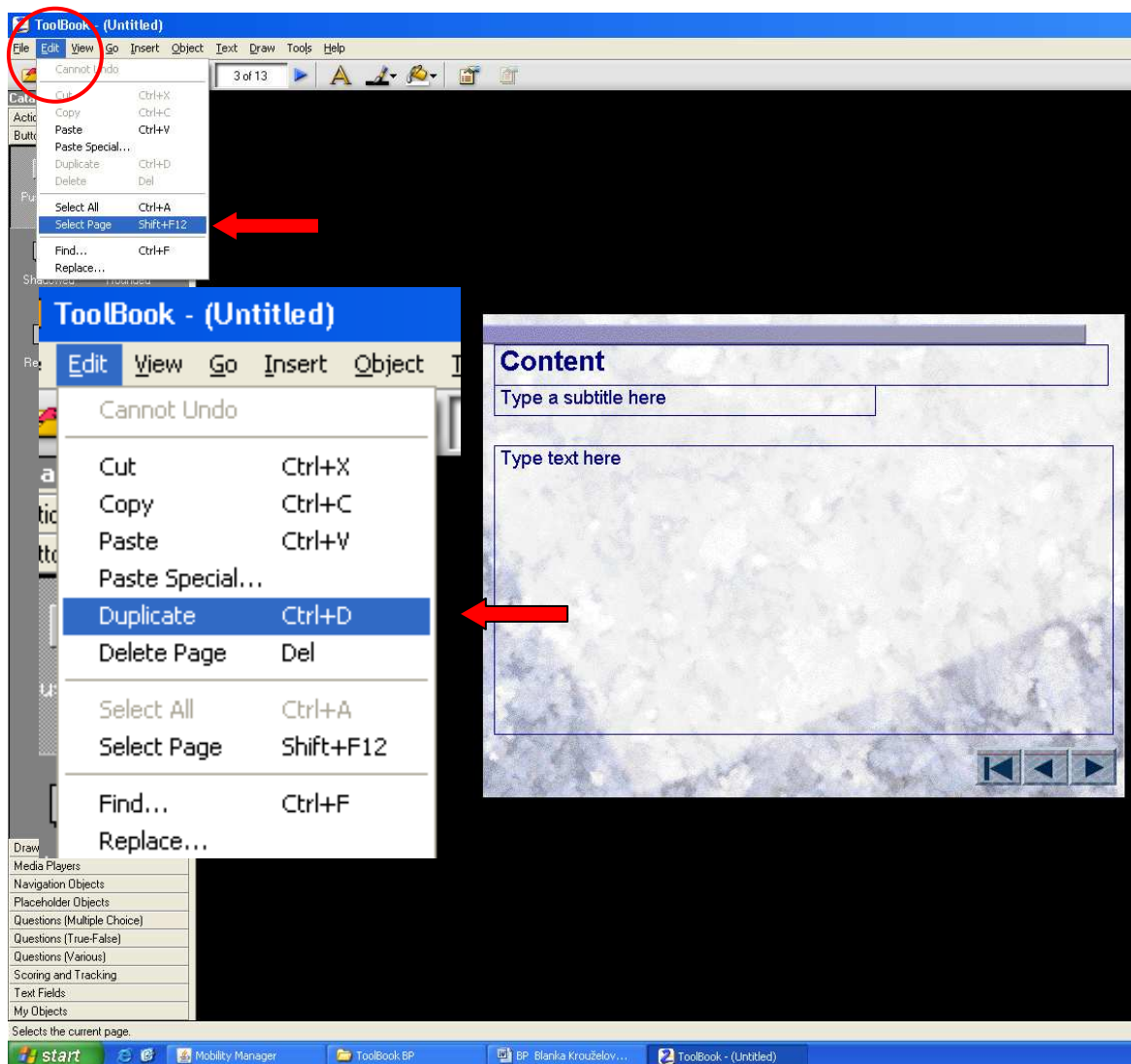
Krok č. 4. Vytvoření základní stránky



## 2. Tvorba tlačítek

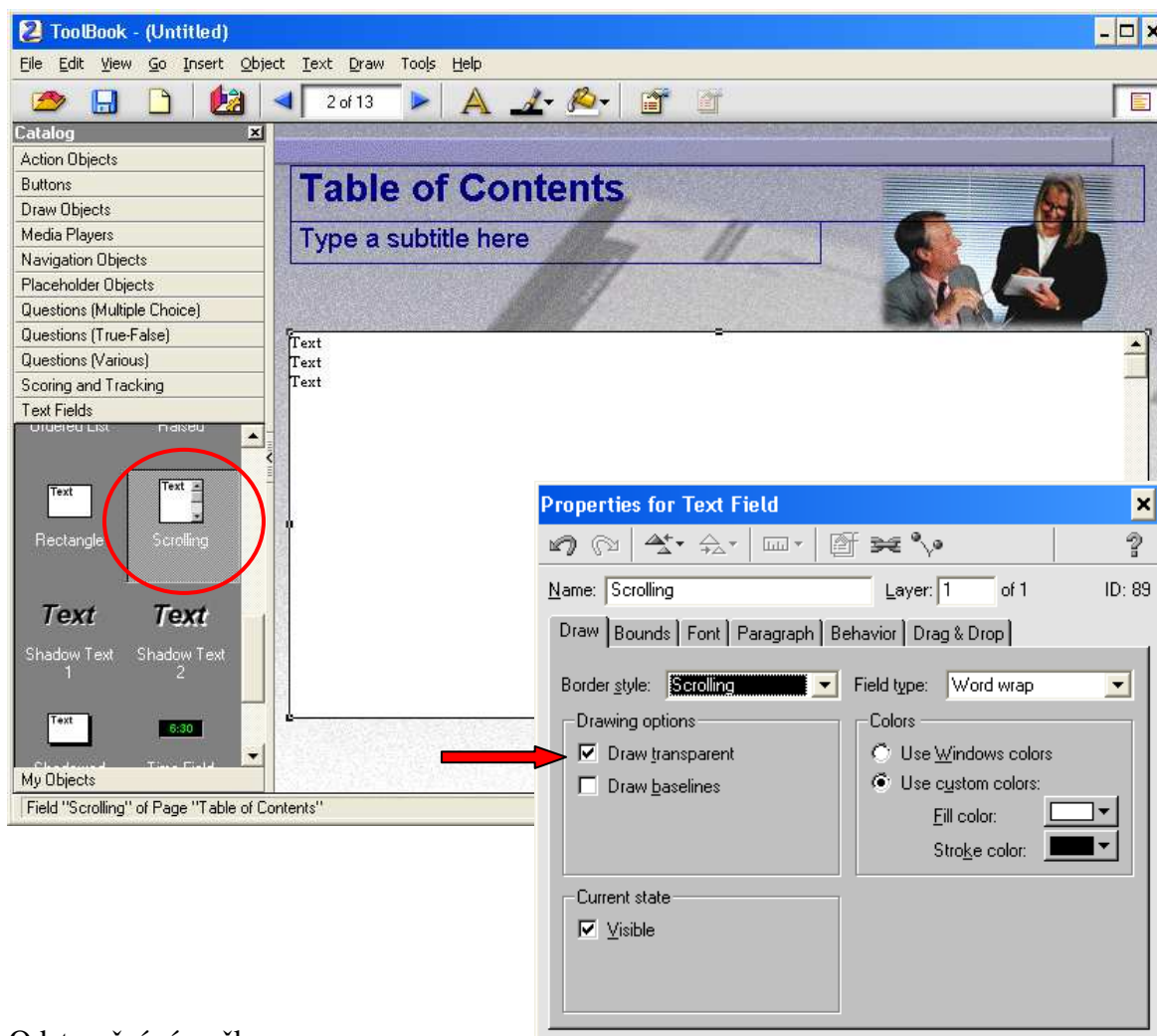


### 3. Množení stránek

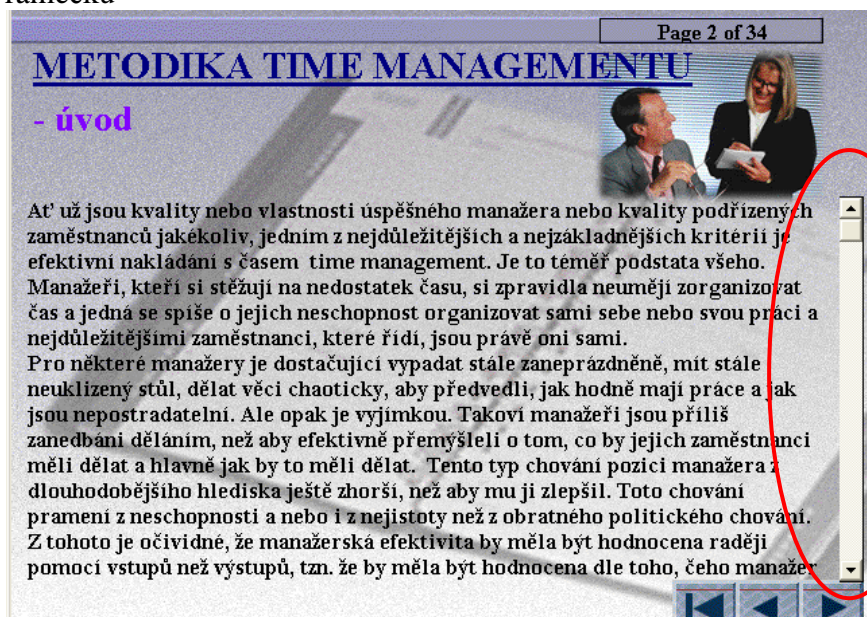




#### 4. Textové pole, odstranění rámečku, vložení připraveného textu

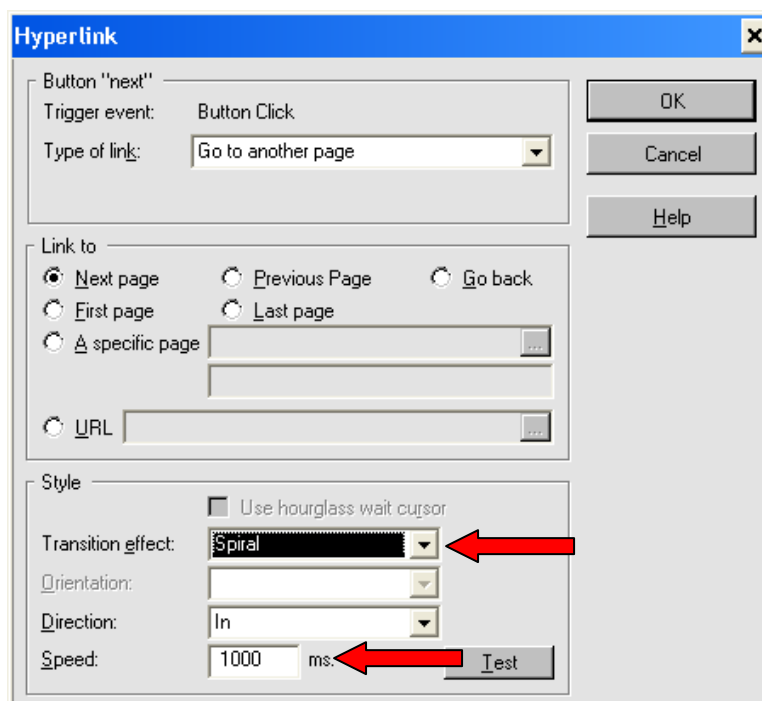
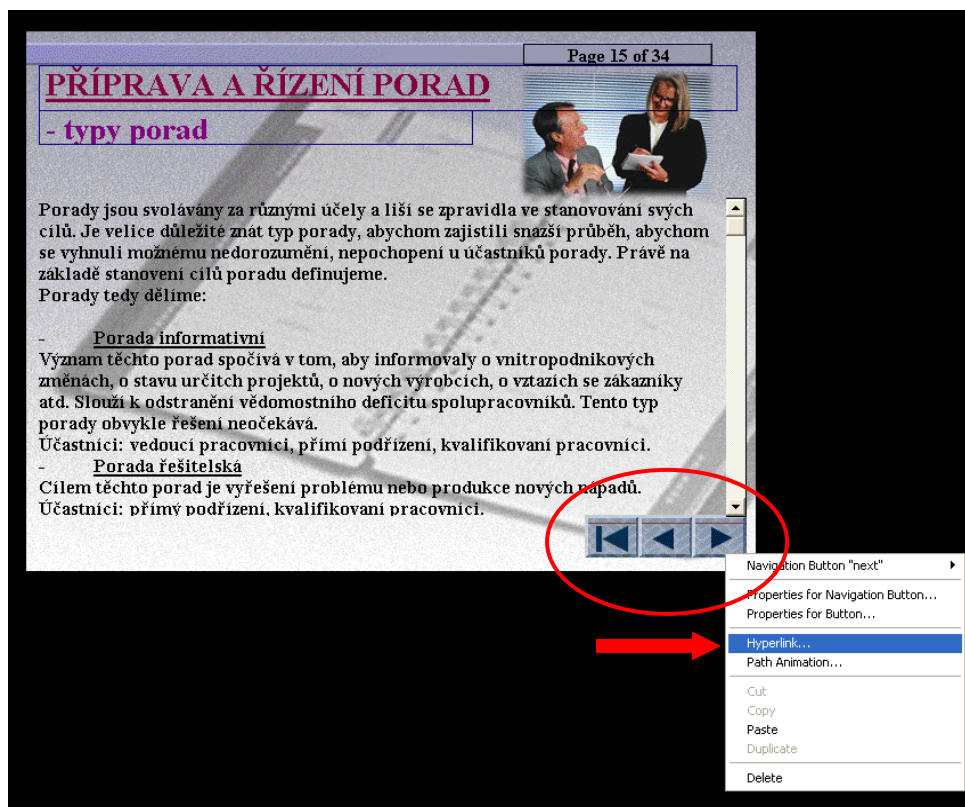


Odstranění rámečku





## 5. Obracení stránek



## 6. Tvorba otázky, poloha textu v rámečku, písmo

The screenshot displays the ToolBook software interface. The main window shows a quiz question titled "TEST Time management" with a lightbulb icon. The question text is "Z pohledu time managementu, jaký problém řeším nejdříve?". Below the question are three options, each preceded by a red 'X' icon: "Důležitý ale nenáléhavý", "Důležitý a naléhavý", and "Nedůležitý ale naléhavý". The "Properties for Text Field" dialog box is open, showing the "Paragraph" tab. The "Alignment" is set to "center" and "Line spacing" is set to "single". The "Font" tab is also visible, showing the font "Times New Roman" in "Regular" style, size 8. The "Effects" section shows "Underline" and "Strikeout" options. The "Super/Subscript" section shows "Normal", "Superscript", and "Subscript" options.

ToolBook - ToolBook BP Krouželová.tbk

File Edit View Go Insert Object Text Draw Tools Help

22 of 34

Page 22 of 34

TEST

Time management

Z pohledu time managementu, jaký problém řeším nejdříve?

✗ Důležitý ale nenáléhavý

✗ Důležitý a naléhavý

✗ Nedůležitý ale naléhavý

Properties for Text Field

Name: Raised Layer: 6 of 6 ID: 73

Draw Bounds Font Paragraph Behavior Drag & Drop

Alignment: center Line spacing: single

Indents: First line: 0 Other lines: 0 From right: 0

Properties for Text Field

Name: Raised Layer: 7 of 8 ID: 92

Draw Bounds Font Paragraph Behavior Drag & Drop

Font: Times New Roman Font style: Regular Size: 8

Times New Roman Times New Roman Baltic Times New Roman CE Times New Roman CE Times New Roman CYR Times New Roman Greek Times New Roman TUR

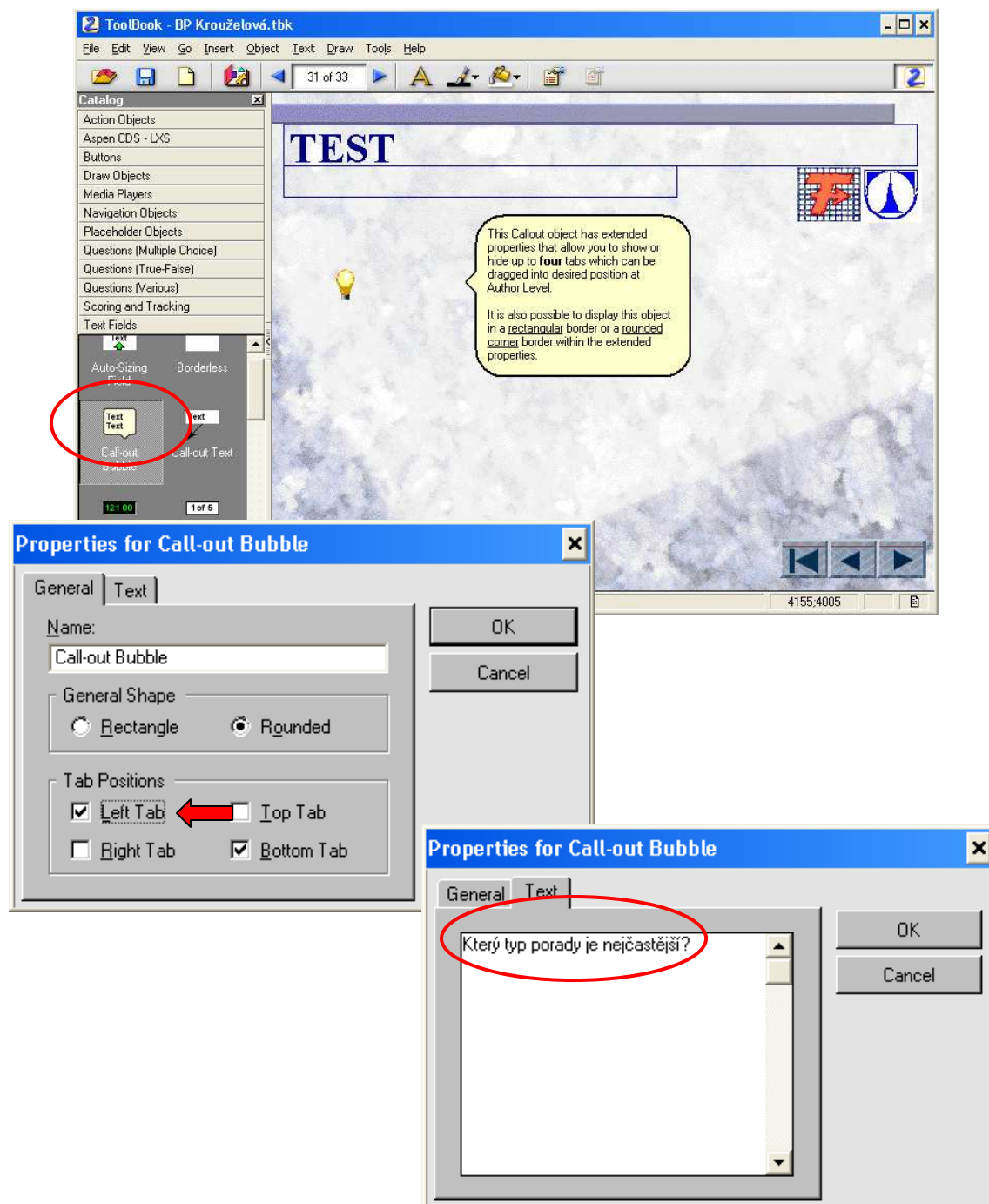
Regular Italic Bold Bold Italic

8 10 12 14 16 18 20

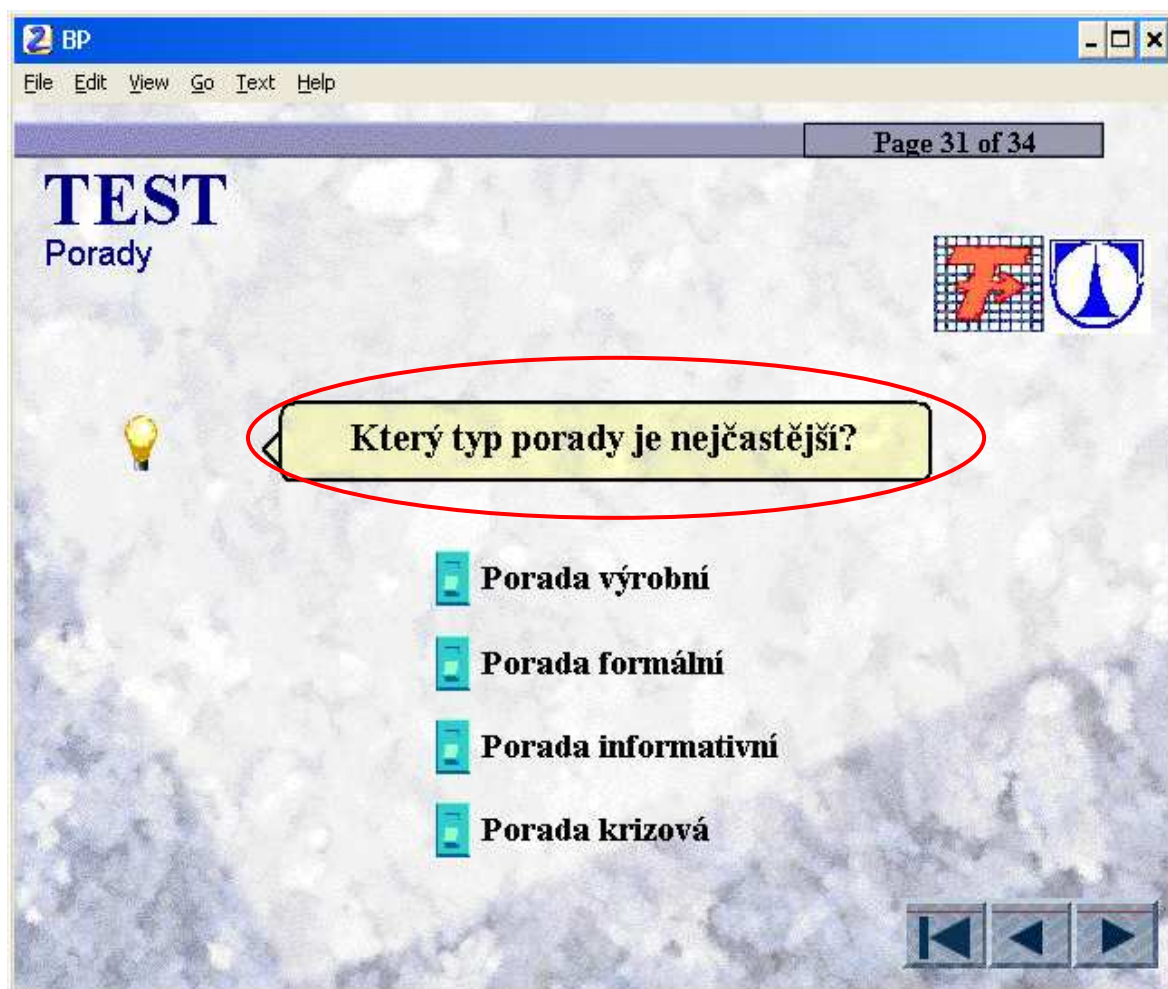
Effects: ☐ Underline ☐ Strikeout

Super/Subscript: ☒ Normal ☐ Superscript ☐ Subscript

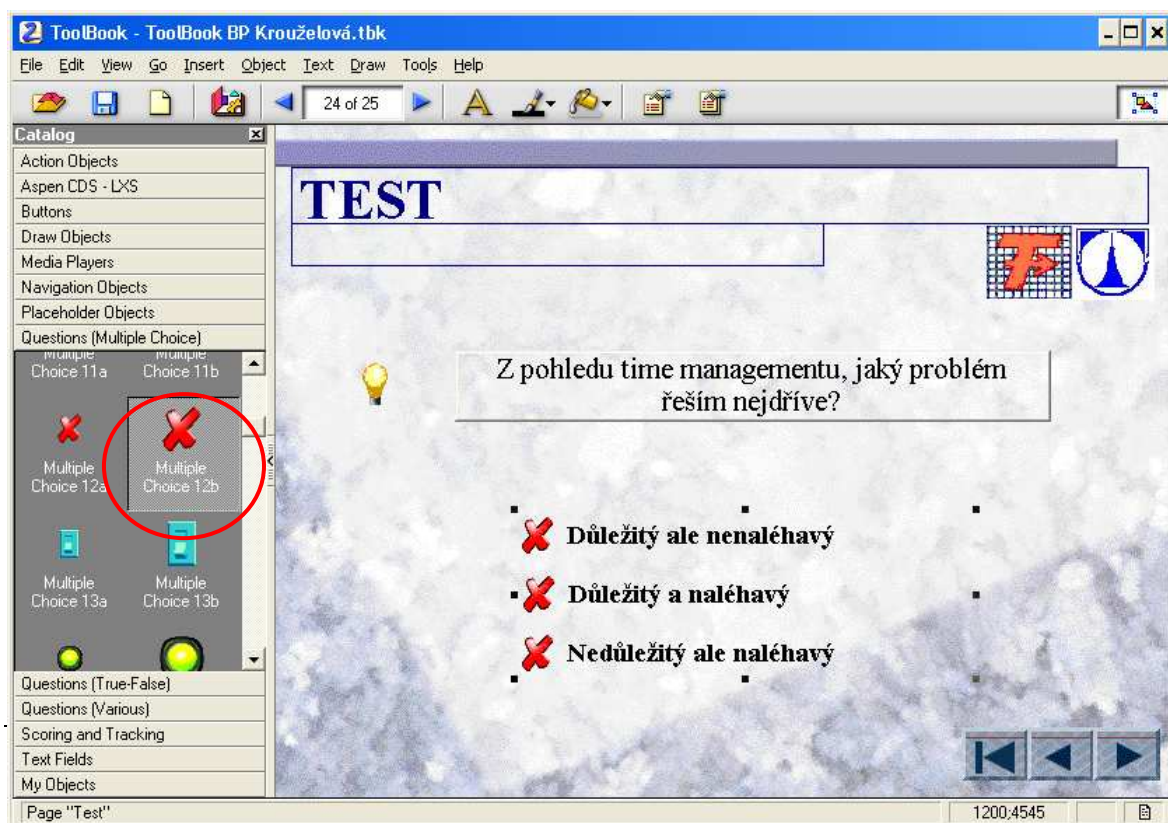
## 7. Tvorba otázky bublina, text

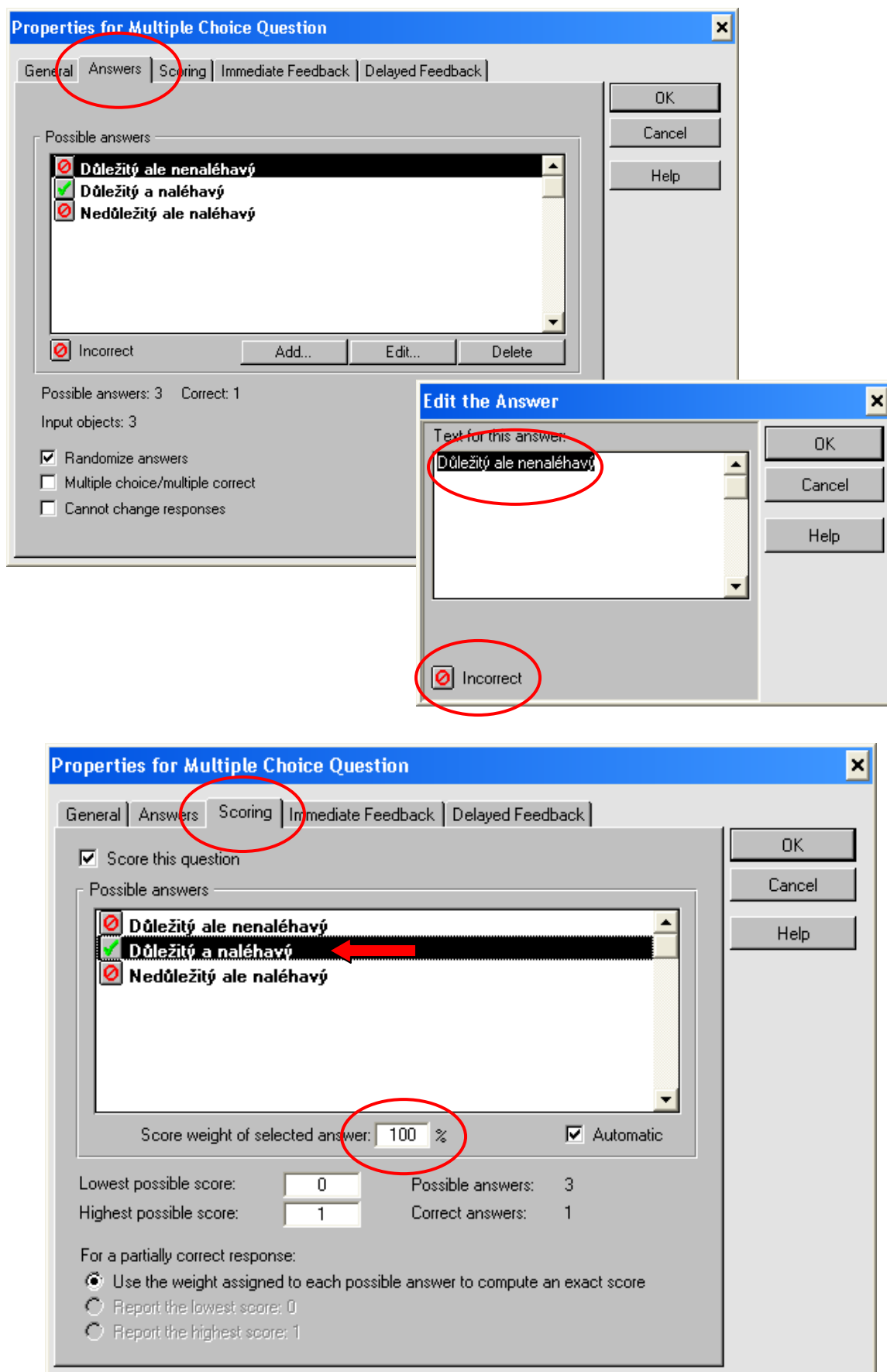




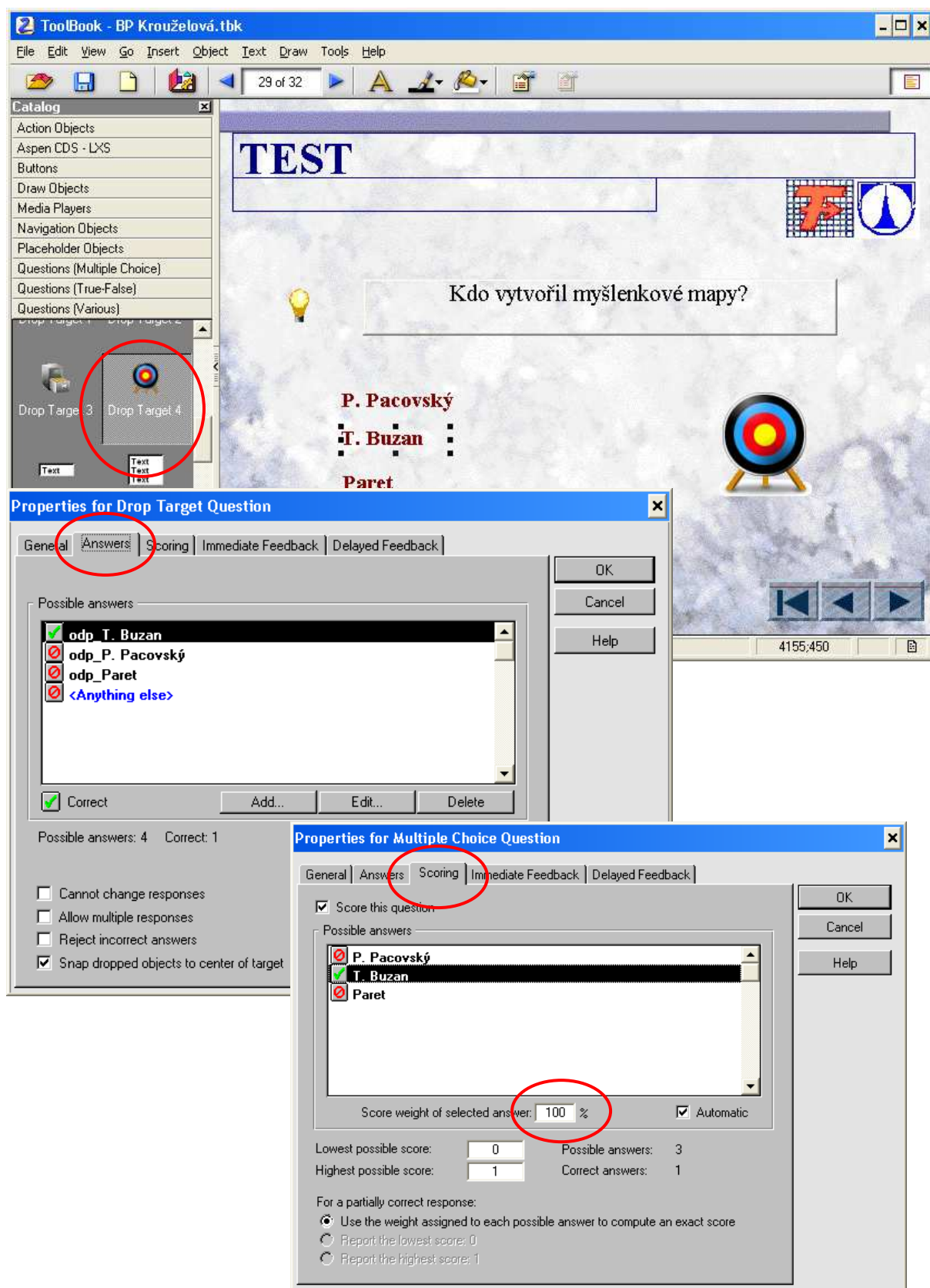


## 8. Tvorba odpovědí

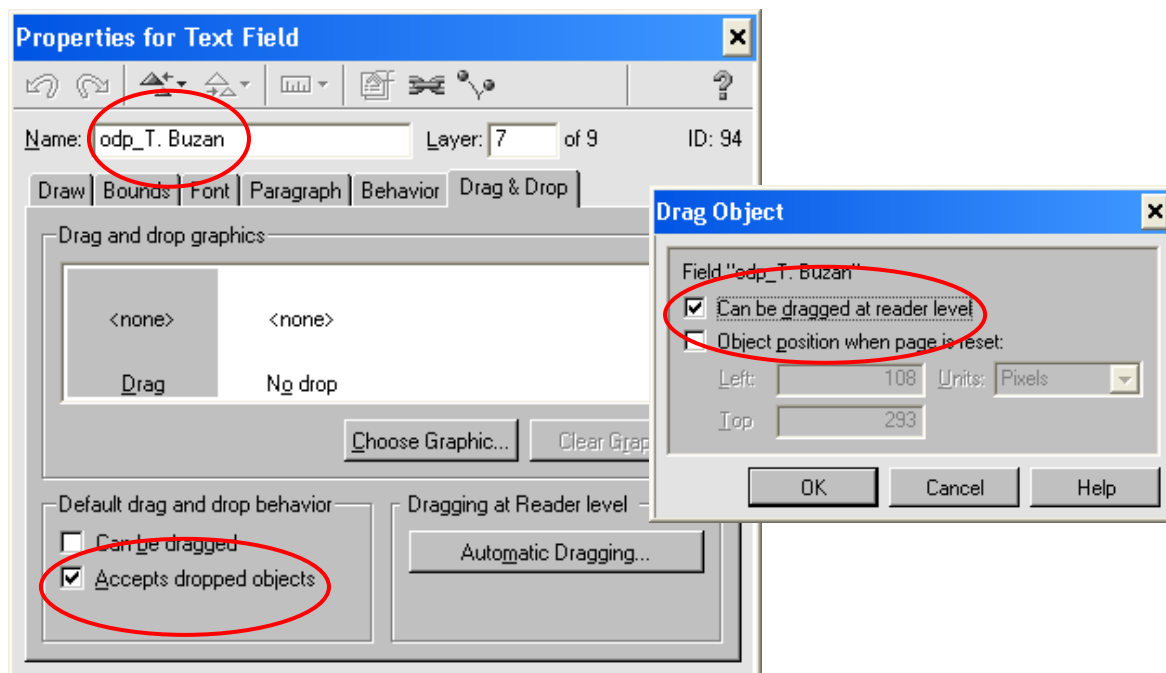




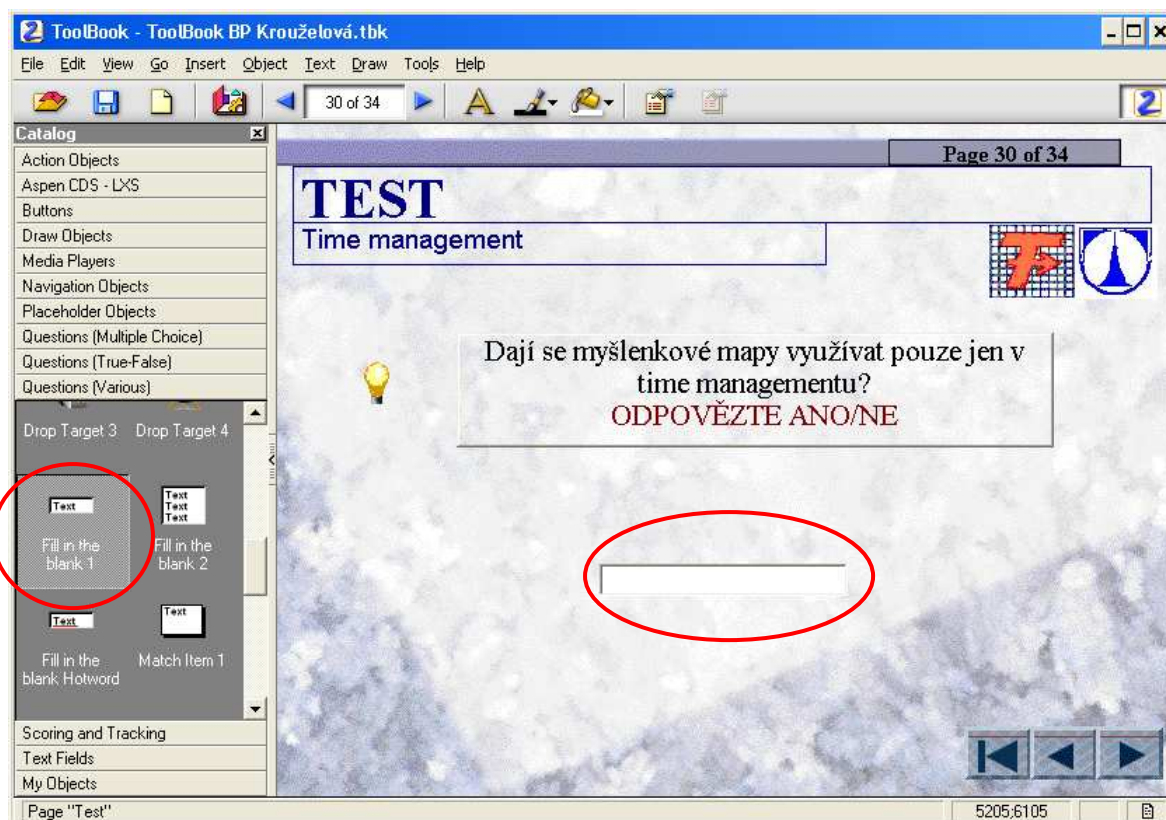
## 9. Tvorba otázky a odpovědi - terč

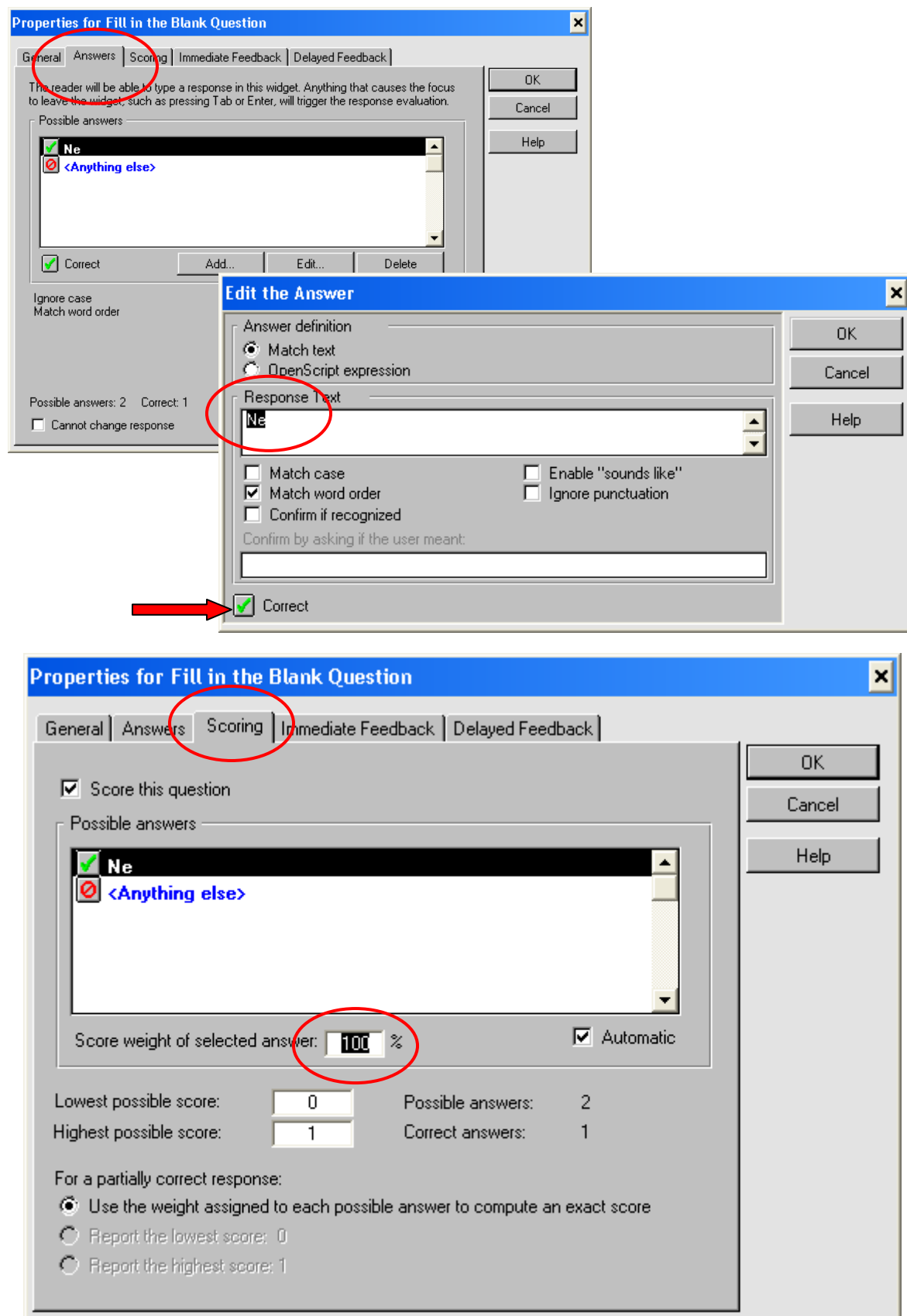






## 10. Tvorba odpovědi ano/ne







## 11. Vyhodnocení testu

